

**ESTADO DE
INFORMACIÓN
NO FINANCIERA
CONSOLIDADO 2020**

MEMORIA SUSTAINABLE BUSINESS

NH | HOTEL GROUP

PART OF **MINOR**
HOTELS



Anantara Palazzo Naiadi
Roma, Italia

ÍNDICE

NUESTRA PRESENCIA EN EL MUNDO 2020	3	GOBIERNO CORPORATIVO Y COMPROMISO ÉTICO	29	RECONOCIMIENTOS A NH HOTEL GROUP EN 2020	114
SOBRE EL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO	4	Estructura accionarial	30	PRINCIPIOS QUE RIGEN LA ELABORACIÓN DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO	119
Contenidos	5	Gobierno corporativo	31	ANEXO I: TABLA DE INDICADORES	121
Alcance	6	Sistema de cumplimiento	35	ANEXO II: TABLA DE CONTENIDOS LEY 11/2018 DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA Y DIVERSIDAD	122
MENSAJE DEL PRESIDENTE Y DEL CEO	7	Ética y conducta	37	ANEXO III: ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI	128
Mensaje del Presidente	8	Protección de los derechos humanos	42	ANEXO IV: INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE	135
Mensaje del CEO	10	GESTIÓN DE RIESGOS	45		
GESTIÓN DE LA CRISIS SANITARIA PROVOCADA POR LA COVID-19	12	NH ROOM4 SUSTAINABLE BUSINESS	56		
MODELO DE NEGOCIO DE NH HOTEL GROUP	15	Modelo NH ROOM4 Sustainable Business	57		
Desglose de la cartera	17	Análisis de materialidad	60		
Principales magnitudes	18	NH Hotel Group y la agenda 2030	62		
Hitos 2020	20	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Clientes	63		
Nuestra visión y cultura	22	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Cadena de valor responsable	74		
Estrategia de NH Hotel Group	23	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Alianzas sostenibles	79		
		NH ROOM4 People: Empleados	81		
		NH ROOM4 People: Comunidad	99		
		NH ROOM4 Planet	104		

NUESTRA PRESENCIA EN EL MUNDO 2020

Datos a 31.12.2020
Incluye hoteles operados con contrato de propiedad, alquiler, gestión y franquicia.



361
HOTELES

29
PAÍSES

55.371
HABITACIONES

12.850*
EMPLEADOS

33* MILLONES
DE CLIENTES

Alemania • Andorra • Argentina • Austria • Bélgica • Brasil • Chile • Colombia • Cuba • Ecuador • Eslovaquia • España
Estados Unidos • Francia • Haití • Hungría • Irlanda • Italia Luxemburgo • México • Países Bajos • Polonia
Portugal • Reino Unido • República Checa • Rumanía • Suiza • Túnez • Uruguay

BU AMÉRICA

Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, Haití, México y Uruguay.

56 hoteles | **7.517** habitaciones | **9** países

BUNE

Alemania, Austria, Bélgica, Eslovaquia, Hungría, Irlanda, Luxemburgo, Países Bajos, Polonia, Reino Unido, República Checa, Rumania y Suiza.

126 hoteles | **23.497** habitaciones | **13** países

BUSE

Andorra, EEUU, España, Francia, Italia, Portugal y Túnez.

179 hoteles | **24.357** habitaciones | **7** países

SOBRE EL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO



NH Andorra La Vella
Andorra La Vella, Andorra

SOBRE EL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO

El presente Estado de Información no Financiera Consolidado 2020 (en adelante, EINF o “el Informe”), se presenta como un informe separado y forma parte del Informe de Gestión consolidado 2020 de NH Hotel Group. En él se desarrolla de manera amplia la Estrategia de Negocio Responsable de la Compañía, NH ROOM4 Sustainable Business, concentrando en un único documento:

- La respuesta de la Compañía a los requerimientos legales de la Ley 11/2018 de 28 de diciembre de 2018 en materia de información no financiera y diversidad, así como las directrices UE 2017/C215/01 para el reporte de su desempeño en materia de información no financiera.
- La Memoria de Sustainable Business, que sigue los estándares del Global Reporting Initiative (GRI).

El EINF ha sido formulado por el Consejo de Administración de NH Hotel Group en fecha 24 de febrero de 2021, habiendo sido firmado por todos sus integrantes, con las especificaciones que resultan de la Declaración de Responsabilidad de los Consejeros a efectos de lo dispuesto en el artículo 118.2 Real Decreto Legislativo 4/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Mercado de Valores, donde se hace constar la delegación que hacen algunos Consejeros de sus respectivas firmas en otros Consejeros).

Este Informe y las anteriores Memorias de RSC se publican en formato digital y están disponibles en www.nhhotelgroup.com

* Unión Europea. Directiva 2014/95/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de octubre de 2014, por la que se modifica la Directiva 2013/34/UE en lo que respecta a la divulgación de información no financiera e información sobre diversidad por parte de determinadas grandes empresas y determinados grupos.

CONTENIDOS

La definición de los contenidos del Informe parte de los temas relevantes para la actividad de NH Hotel Group y sus principales grupos de interés, en base al Análisis de Materialidad, que se actualiza cada año. El Grupo cuenta con diferentes sistemas para el diálogo con sus grupos de interés, que son fuente de análisis para definir los contenidos relevantes a incluir en el reporte. Los resultados de esta comunicación permiten mantener activos los mecanismos para identificar necesidades, así como los aspectos de mayor relevancia a incluir en el Informe, además del seguimiento de los compromisos y cumplimiento de los retos planteados en el año anterior.

Para desarrollar el Análisis de Materialidad se tienen en cuenta la estrategia y objetivos de la Compañía, la estrategia NH ROOM4, y los temas materiales a nivel sectorial definidos por la Sustainable Hospitality Alliance, además de las principales tendencias sociales y en sostenibilidad y los requerimientos de diferentes marcos en reporting y sostenibilidad, como Global Reporting Initiative (GRI) y la Ley 11/2018 de Información No Financiera y Diversidad, que responde a la Directiva 2014/95/UE del Parlamento Europeo¹. Puede consultarse el Análisis de Materialidad completo en el apartado correspondiente de este Informe.

ALCANCE

El presente Informe recoge la decimoquinta edición de la Memoria Anual de Sustainable Business de NH Hotel Group. Incluye la actividad y principales resultados del Grupo en el ejercicio 2020, con la integración del desempeño en el ámbito económico, medioambiental y social.

El Informe muestra la gestión de NH Hotel Group sobre los impactos, tanto positivos como negativos que genera la Compañía, y por ello su alcance contempla dos perímetros: alcance consolidado (hoteles en propiedad y alquiler) y alcance corporativo (hoteles en propiedad, gestión y alquiler). Incluye, por tanto, información de todos los hoteles operados por la Compañía, es decir, los hoteles operados en régimen de propiedad, alquiler y gestión. Los ocho hoteles que han entrado en cartera en octubre de 2020 tras el acuerdo con Covivio no se incluyen en el alcance de los datos ambientales y de empleados de este Informe.

En el caso de la información referente a plantilla, se incluyen los datos obtenidos de FTEs (Full Time Equivalents) para todo tipo de empleados (exceptuando Outside Labour, Extra Labour y Trainees) considerando hoteles en propiedad, alquiler, gestión, recogidos en el sistema de gestión ERP SAP HCM de NH Hotel Group.

En aquellos casos en los que el alcance de la información varíe de estos criterios, se indica con una nota al pie.

Presencia geográfica de NH Hotel Group en 2020

	Perímetro consolidado (hoteles en propiedad y alquiler)	Perímetro corporativo* (hoteles en régimen de propiedad, alquiler y gestión)
Hoteles en el mundo	306	353
Países en los que tiene actividad	23	28
habitaciones	47.827	54.708
Empleados	11.112	12.850

* No incluye franquicias



NH Collection Palazzo Verona
Verona, Italia

MENSAJE DEL PRESIDENTE Y DEL CEO

Anantara New York Palace
Budapest, Hungría

MENSAJE DEL PRESIDENTE

Queridos Stakeholders,

Venimos de un año en que la pandemia anuló durante meses el turismo en prácticamente todo el mundo. La crisis sanitaria ha llevado el dolor a muchas familias que han debido soportar la enfermedad y la pérdida de seres queridos en las circunstancias más adversas. Desde el Consejo de Administración de NH Hotel Group, queremos dedicar un sentido homenaje a todos los afectados, y hacer llegar a sus familiares nuestra cercanía y aliento.

De todos los sectores económicos, el turismo ha sido el más afectado por la COVID-19. El turismo mundial registró en 2020 el peor año, con una caída del 74% de las llegadas internacionales y mil millones de llegadas internacionales menos que en el año anterior, según los datos de la Organización Mundial del Turismo. A pesar de un breve repunte estival, las llegadas internacionales en Europa descendieron en el año un 70%, y en el conjunto de América un 69%. La actividad en España también se redujo a su mínima expresión. Según el Instituto Nacional de Estadística, el año pasado se desplazaron a España 19 millones de extranjeros, lo que representa un descenso del 77,3%. En todo el año, tan solo 1,4 millones de extranjeros llegaron a España por viajes profesionales y de negocios, un 74,9% menos que el año anterior. Con esos descensos, el gasto acumulado del turismo foráneo en el ejercicio apenas alcanzó 19.740 millones de euros, una quinta parte de lo habitual.

Una paralización tan drástica y prolongada de un sector tan estratégico ha supuesto una auténtica catástrofe. Las empresas hemos debido dar lo mejor de nosotras mismas para resistir y asegurar la viabilidad; primero la corporativa y la de nuestros profesionales, y después la de todo un sector esencial para el modelo de vida y el desarrollo sostenible de nuestro país. Hasta ahora, las ayudas de los poderes públicos han resultado insuficientes, si bien la opción asignada a España en el Plan de Reconstrucción Europeo, el denominado Next Generation EU, supone una oportunidad histórica para la economía española, y muy especialmente para su sector turístico, que no puede desaprovecharse.

Hacen falta políticas ambiciosas y transformadoras ante los principales retos estructurales que desde hace años afectan a la competitividad del sector turístico. A la vez deberían alinearse con los grandes retos globales de la digitalización y el cambio climático. Es necesario diseñar una estrategia transversal de transformación y el gradual reposicionamiento turístico del país hacia un modelo desestacionalizado, mucho más cualitativo y sustentado en una nueva gobernanza de colaboración público-privada. El deseable objetivo debería ser garantizar un crecimiento sostenible que asegure la mayor rentabilidad social y económica, la adhesión ciudadana y el menor impacto ambiental.

Mientras esas oportunidades se concretan, el sector ha procurado reinventarse. En un contexto tan difícil, en la medida de sus posibilidades y en un ejercicio de responsabilidad infatigable, los profesionales de la hotelería se han esforzado en seguir proporcionando un servicio esmerado, seguro y tremendamente humano. En nuestros hoteles hemos acogido a enfermos y a profesionales sanitarios durante los peores momentos del confinamiento. Activamos en tiempo récord protocolos de higiene, sistemas de seguridad y distanciamiento personal. Si el servicio individualizado ha sido siempre importante en nuestra cultura corporativa, durante 2020 también hemos desarrollado de forma específica y muy comprometida nuestro perfil más social, asumiendo desde iniciativas solidarias hasta el apoyo a necesidades concretas de las distintas administraciones públicas.



Por ejemplo, hemos aprovechado las cocinas cerradas de los hoteles NH Collection Eurobuilding y Anantara Villa Padierna, dos de nuestros activos más emblemáticos, para colaborar en proyectos solidarios como el World Central Kitchen, promovido por el chef José Andrés. En ellas preparamos parte de las veinte mil raciones de comida que se repartieron a diario entre las familias más vulnerables durante el confinamiento. En paralelo, nuestro Grupo ha puesto en marcha soluciones innovadoras para redefinir la experiencia de cliente desde la máxima seguridad. A través de Feel Safe at NH hemos redefinido nuestros protocolos sanitarios para ofrecer a nuestros viajeros un lugar seguro y una experiencia única capaz de devolverles la ilusión y las ganas de viajar. Asimismo, completamos programas piloto para realizar en nuestras instalaciones test de antígenos para clientes y personal como parte del proyecto Entorno Covid Seguro.

Durante el año, la situación excepcional generada por la pandemia ha obligado al Consejo de Administración de NH Hotel Group a velar al máximo por la seguridad de profesionales y clientes, así como a acentuar los principios de buen gobierno y responsabilidad social. Hemos supervisado en especial el blindaje de la liquidez y la viabilidad de la empresa, porque en estos dos atributos se condensa el obligatorio compromiso de cualquier Consejo hacia sus distintos grupos de interés. Desde ese mandato, ya en abril de 2020 se acordó dejar sin efecto la propuesta de distribución de un dividendo de 0,15 euros brutos por acción, y mantener como reservas legales y voluntarias los 90 millones de euros obtenidos como beneficio consolidado en 2019. Resultó una medida tan necesaria como inaplazable para preservar la caja en la situación de mayor incertidumbre del confinamiento.

La labor del Consejo y sus Comisiones ha extremado la supervisión financiera y el análisis de los riesgos, siempre con el máximo cuidado por respetar las buenas prácticas y los mejores estándares de gobierno corporativo. Se completaron además los nombramientos pertinentes; la renovación de Ramón Aragonés como consejero delegado, ratificada en Junta General, y el nombramiento por cooptación de Rufino Pérez como nuevo consejero ejecutivo, tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo. Hemos asumido el control y la supervisión de objetivos y presupuestos de gestión, la política financiera y de inversiones, las decisiones sobre dividendos y la responsabilidad social corporativa, con una coordinación y alineación con el equipo directivo y el conjunto de

profesionales del Grupo. Ante unas condiciones tan adversas, la entrega, la colaboración y el esfuerzo han sido más necesarios que nunca, y han presidido día a día y sin tregua el trabajo de toda la organización.

Asimismo, nos hemos mantenido fieles a los principios rectores de la compañía en compromiso medioambiental y de igualdad de género. Hemos repetido presencia en el Índice Bloomberg de Igualdad de Género 2021, donde hemos obtenido los mejores resultados en liderazgo femenino y cartera de talentos, igualdad salarial y paridad de género, y políticas contra el acoso sexual.

Cabe destacar que la agencia de inversión sostenible SAM, recientemente adquirida por S&P Global, nos ha reconocido como una de las tres hoteleras mundiales más sostenibles. Los compromisos en este campo y la mejora que hemos demostrado este año nos ha llevado a obtener el reconocimiento Bronze Class del Sustainability Yearbook 2021, así como la distinción industry mover, por la mejora en nuestra evaluación con respecto al año anterior.

En el que probablemente ha sido el año más complejo de su historia, este sucinto repaso a la actividad de gobierno de la compañía certifica que no hemos bajado la guardia ni un solo día. El Consejo ha estado y estará firmemente comprometido para asegurar el mejor futuro de sus profesionales, accionistas y clientes. Un futuro que, como es lógico, pasa por garantizar la viabilidad corporativa y el mejor posicionamiento de nuestras marcas. El nuestro es un sector en permanente rotación. En estos momentos está definiendo un profundo cambio tanto del turismo vacacional como del segmento de negocios, convenciones y eventos. Tengan por seguro que, con el esfuerzo y la colaboración de todos, NH Hotel Group volverá a ser un actor relevante en ese cada vez más inminente renacer del turismo.

En nombre del Consejo de Administración de NH Hotel Group, muchas gracias.

Alfredo Fernández Agras
Presidente NH Hotel Group

MENSAJE DEL CEO

Queridos stakeholders,

Los profesionales de NH han vuelto a demostrar en 2020 una extraordinaria capacidad de compromiso, entrega, responsabilidad y eficacia. No es la primera vez que atravesamos situaciones excepcionales. Hace diez años, tras la severa crisis económica mundial, debimos reinventarnos en el contexto más adverso. Año a año, con el esfuerzo de todos, conseguimos convertir esa catarsis en un caso de éxito, hasta completar un ambicioso plan estratégico, consolidarnos como líderes y aportar los mejores resultados de nuestra historia. En esas llegó la peor crisis sanitaria mundial de los últimos cien años. Ha situado al borde del desastre al sector turístico en pleno. Desde ese mismo día, toda nuestra organización está dando lo mejor de sí para volver a reinventarnos. Ni nos hemos rendido ni vamos a rendirnos hasta devolver a NH al futuro privilegiado y al reconocimiento de marca que nos ha hecho identificables y apreciados en el mercado.

Creo sinceramente que nuestro Grupo ha estado a la altura del desafío la COVID-19 y sus sucesivas oleadas han supuesto una devastadora tragedia mundial que nos ha afectado a todos. Desde NH Hotel Group, queremos transmitir nuestro afecto a quienes han sufrido en este tiempo la enfermedad o la pérdida de seres queridos. La vida nos ha cambiado muy deprisa en estos meses. La seguridad sanitaria, las medidas higiénicas y el distanciamiento personal se han incorporado a nuestras rutinas. En adelante serán determinantes en nuestro día a día, también en el ámbito turístico. Muchas veces la historia ha evolucionado desde la respuesta coordinada ante un problema hasta entonces inédito. En todas las crisis hemos intentado preservar aquellos rasgos sociales y culturales que mejor definen nuestro estilo de vida. Tengo para mí que el turismo es uno de esos grandes valores, y que solo recuperaremos la normalidad cuando volvamos a viajar como seguimos soñando hacerlo.

Desde el equipo directivo de NH Hotel Group, nos hemos propuesto mantener la compañía en las mejores condiciones para cuando llegue ese momento. Asegurar la viabilidad corporativa ha sido y seguirá siendo el objetivo prioritario y creo que hemos dado los pasos adecuados para conseguirlo. Aun así, ha sido un año extremadamente difícil, y a día de hoy la situación continúa siendo muy complicada a pesar de las esperanzas que nos ofrecen las vacunas. El estricto confinamiento y las sucesivas restricciones posteriores nos obligaron a aplicar medidas inmediatas en una doble dirección: preservar la liquidez corporativa y a la vez reforzar la confianza de nuestros clientes. Toda nuestra organización se volcó para preservar la salud de viajeros y empleados. Ofrecimos casi de inmediato entornos seguros donde seguir ofreciendo un servicio que supere las expectativas de los clientes. En unas semanas conseguimos redefinir la experiencia de cliente. Nos hemos responsabilizado de cada momento de su estancia, desde que accede a nuestra web y se plantea reservar hasta que finaliza su estancia y abandona el hotel.





NH Collection Madison Avenue NY
Nueva York, Estados Unidos

Nada más conocerse la crisis sanitaria mundial, nuestro Grupo también comenzó a aplicar un exhaustivo Plan de Contingencia para adaptar el negocio y garantizar su sostenibilidad. Nos centramos en minimizar costes y preservar la liquidez, con medidas tan apremiantes y dolorosas como adaptar la fuerza laboral a un mercado de mínimos, con expedientes de regulación temporal de empleo alineados con las medidas impulsadas desde las distintas Administraciones. Además, hemos reducido al mínimo los gastos de marketing, renegociado los costes de alquiler y mejorado las condiciones con los diferentes proveedores. Hemos reducido a menos de la mitad los costes operativos generales, y dejado en la mitad los costes totales, incluidos alquileres. De esa forma hemos logrado preservar mes a mes la solidez de nuestra caja. A cierre de año, la liquidez disponible se mantuvo por encima de los 345 millones de euros.

Asimismo, para preservar y reforzar la liquidez, se dispusieron a principio de año las líneas de crédito disponibles por importe de 275 millones de euros. En el mes de mayo se acordó un nuevo préstamo sindicado de 250 millones de euros con garantía ICO y una duración de 3 años. En octubre de 2020 la Compañía suscribió un acuerdo con la banca acreedora española e internacional para extender hasta 2023 la línea de crédito sindicada revolving, o RCF, por valor de 236 millones de euros cuyo vencimiento original era en 2021, así como la dispensa de medir los covenants financieros hasta diciembre de 2021 tanto de la línea RCF como del préstamo ICO. De esa forma, el Grupo no deberá afrontar ningún vencimiento relevante de deuda hasta 2023. Hasta entonces, mantendremos la firme estrategia de preservar por una parte la liquidez y por otra las importantes ventajas competitivas del Grupo, para poner ambas en valor en cuanto se consolide la nueva normalidad. Cada trimestre superado en condiciones tan adversas nos acerca un poco más a este objetivo.

De hecho, durante el tercer trimestre de 2020 conseguimos reabrir hasta tres cuartas partes de nuestra cartera de hoteles. Fuimos capaces de atraer entonces la demanda nacional en los países europeos donde operamos. Casi quintuplicamos los ingresos respecto a un segundo trimestre bajo mínimos. Además, conseguimos un aspecto si cabe todavía más importante: consolidar una estructura muy flexible, donde cada hotel reabierto está en condiciones de lograr el equilibrio operativo incluso con demandas muy reducidas. Ha supuesto un trascendente factor diferencial. Nos aporta fortaleza, nos vuelve muy adaptables y resistentes ante una demanda tan volátil como la actual, y salvaguarda el carácter diferencial y la eficiencia de nuestra oferta para cuando llegue la definitiva reactivación del sector.

El excelente trabajo previo realizado en innovación y tecnología ha resultado determinante en todos esos logros. En adelante, tecnología y digitalización serán tan esenciales en una oferta hotelera como la misma ubicación o la calidad de las habitaciones. La experiencia de los viajes

lleva ya siempre implícita la navegación a través del móvil para personalizar cada estancia. En paralelo, hemos modificado nuestros servicios de restauración, sin renunciar a la importancia de la gastronomía como parte esencial de la experiencia del cliente. Seguiremos con el mejor catálogo, confiados en nuestras estrellas Michelin, en nuestra oferta de coctelería y terrazas. Los avances obtenidos mediante la estrategia combinada de rentabilizar los hoteles abiertos, proteger la liquidez y diferir los vencimientos de deuda también permitirán al Grupo mantener la estructura actual de su cartera, salvo la periódica rotación de activos que pueda producirse, como viene siendo práctica habitual año tras año entre las grandes empresas del sector.

Se dice que cada destino tan solo es el comienzo de la siguiente etapa. Nosotros lo hemos vivido en primera persona. Es cierto que la buena evolución y la fortaleza financiera conseguida entre 2016 y 2019 nos ha puesto las cosas más fáciles, pero aún así el desafío sigue siendo enorme. La oportuna transformación operativa y financiera completada en años anteriores, junto con las medidas adoptadas, permitirán al Grupo resistir el entorno actual y superar la situación en las mejores condiciones. Ahí es donde surge la entereza, el compromiso y la entrega de los profesionales de NH, claves para que, cuando se supere la pandemia, y se superará, los viajeros que estudien su próximo desplazamiento sigan entrando en nuestra web y confiando en nosotros para decidirse. Insisto en que solo dejaremos atrás la crisis cuando podamos volver a disfrutar plenamente de nuestros hoteles. En NH trabajamos al máximo para estar preparados y seguir dando el mejor servicio cuando llegue ese día que cada vez se vislumbra más cercano.

Y quiero cerrar esta carta haciendo referencia a nuestro compromiso con la sociedad y el planeta. Nuestro crecimiento futuro debe ir acompañado de un modelo de gestión responsable, que integre todas las áreas de la Compañía y trace un camino irrevocable hacia un NH Hotel Group más sostenible, responsable y respetuoso con el medio ambiente y la sociedad en la que vivimos. Adicionalmente, como miembro de la Red Española de Pacto Mundial de las Naciones Unidas, la Compañía se compromete a seguir mostrando su contribución a los ODS, centrada especialmente en aquellos relacionados directamente con nuestra actividad a través de las distintas páginas de la Memoria.

Muchas gracias,

Ramón Aragonés
CEO NH Hotel Group

GESTIÓN DE LA CRISIS SANITARIA PROVOCADA POR LA COVID-19



Tras el inicio de la pandemia del COVID-19 desde mediados de marzo en Europa, la demanda hotelera ha disminuido drásticamente debido a los confinamientos, las restricciones de viaje y el distanciamiento social, lo que ha afectado drásticamente a la movilidad.

Durante los meses de bloqueo, aislamiento e intenso confinamiento desde marzo a finales de mayo cerca del 95% de nuestros hoteles estuvieron cerrados y los que permanecieron abiertos lo fueron con fines solidarios. Como resultado, el segundo trimestre fue el trimestre más afectado con un nivel de demanda extremadamente bajo.

La reapertura paulatina de hoteles se inició a finales de mayo y se hizo de manera progresiva en función de la recuperación de la demanda y con foco en optimizar la rentabilidad. En junio cerca del 60% de la cartera de hoteles estaba abierta, un 70% en julio y cerca del 80% a finales de agosto y septiembre.

La ágil reapertura de los hoteles desde junio, tras el cierre del portfolio en el mes de marzo por el intenso aislamiento, permitió captar la demanda de los clientes domésticos en el tercer trimestre. Dicha reapertura a pesar del bajo nivel de demanda por las restricciones de movilidad ha sido posible gracias a la estructura flexible de costes.

Como resultado del impacto de la segunda ola de contagios en Europa a finales del tercer trimestre, aparte de aplazar las reaperturas adicionales previstas para los últimos meses de 2020, se han vuelto a cerrar hoteles y a finales de diciembre de 2020 estaba abierto el cerca de 60% de la cartera. El impacto de la segunda ola y las restricciones más estrictas de la movilidad durante los últimos meses del año ha tenido como consecuencia un menor nivel de actividad respecto al tercer trimestre.

A pesar del bajo nivel de demanda, la fortaleza comercial y la flexible estructura operativa y financiera del Grupo, le han permitido superar los grandes desafíos del 2020. Aunque los desafíos continúan durante los primeros meses del 2021, el Grupo se beneficiará en la primera fase de la recuperación del reconocimiento de marca, las excelentes ubicaciones y el fuerte posicionamiento de mercado una vez se impulse la recuperación en Europa.

PLAN DE CONTINGENCIA

Como consecuencia de las excepcionales circunstancias ocurridas tras el inicio de la pandemia global (COVID-19), que está afectando a todos los países donde NH Group está presente, el Grupo implementó diferentes medidas y planes para adecuar el negocio y asegurar su sostenibilidad, con el objetivo de minimizar los costes durante los cierres de hoteles, preservar la liquidez para atender las necesidades operativas y asegurar que la reactivación de la actividad hotelera se lleve a cabo de forma eficiente y bajo la premisa de las máximas garantías en materia de salud y seguridad.

Dada la falta de visibilidad sobre la velocidad de la recuperación del negocio, se implementaron y continúan implementadas las siguientes medidas de disciplina y control de costes para asegurar la minimización de gastos operativos y preservar la liquidez:

- **Personal:** El Grupo llevó a cabo ajustes, suspensiones y reducciones temporales de jornada y salario en hoteles y oficinas centrales por causas de fuerza mayor o motivos productivos. Estos procesos han continuado durante el segundo semestre de 2020 para reducir la fuerza laboral de manera temporal y se extenderán durante la primera parte del 2021 en varios países. Mas información en el Capítulo NH ROOM4 People: Empleados.
- **Costes operativos:**
 - Negociaciones con proveedores para reducir los costes de adquisición, buscar productos alternativos de menor coste y lograr mejoras en los términos de pago.
 - Todos los viajes del personal del Grupo suspendidos desde principios de marzo.
 - Suspensión de la asesoría no prioritaria de terceros.
 - Reducción significativa de los costes de marketing y publicidad a pesar de la necesidad de incentivar los ingresos.
- **Arrendamientos:** Reducción temporal de arrendamientos fijos desde el segundo trimestre en base al entorno de crisis sanitaria y las restricciones aprobadas por todos los gobiernos que impactan sobre elementos esenciales del negocio, como la movilidad, ferias y congresos, reuniones, etcétera. Dichas negociaciones continúan para la primera parte del 2021.
- **CapEx:** Gran parte de las inversiones fueron paralizadas excepto aquellas legalmente requeridas o en una etapa muy avanzada. La ejecución del Capex 2020 (mantenimiento, reformas, sistemas y nuevas aperturas) se han reducido cerca de €100m lo que supone una disminución del 50% respecto al plan original del 2020.
- **Retirada de la propuesta de dividendo** de 2019 de €0,15 por acción, lo que hubiese implicado un desembolso estimado de cerca de €59m.

La recuperación de la demanda se producirá una vez se modere la propagación del virus y se extienda la implementación de la vacuna en la población. El Grupo aprovechará su fuerte posicionamiento en el mercado en los países europeos con excelentes ubicaciones y un alto reconocimiento de marca, además del alto peso de la demanda doméstica.

La fase de recuperación estará impulsada inicialmente por la demanda doméstica europea de ocio, ya que la movilidad internacional seguirá siendo baja en su primera fase. El segmento de negocios y corporativo tardará más en recuperarse debido al entorno macro y al distanciamiento social que restringen el tamaño de los eventos.

El COVID-19 ha adelantado gran parte de las iniciativas estratégicas orientadas a la eficiencia. Durante el 2021, una vez la compañía cuente con mayor visibilidad de la recuperación de la demanda, se redefinirán el resto de las iniciativas de un nuevo plan estratégico.

FEEL SAFE AT NH

En 2020, NH Hotel Group ha implementado en todos sus hoteles “Feel Safe at NH”, un nuevo plan de medidas avaladas por expertos para hacer frente a la crisis sanitaria ocasionada por el coronavirus SARS-CoV-2. Con el fin de preservar la seguridad de viajeros y empleados, NH ha puesto en marcha distintas iniciativas y llevado a cabo la adecuación de cerca de 700 estándares, rediseñando completamente el ciclo experiencial del cliente.

Para la elaboración de este plan, NH Hotel Group ha contado con la ayuda de SGS (Société Générale de Surveillance), líder mundial en inspección, análisis y certificación. Además, el Grupo ha seguido los consejos de la Organización Mundial de la Salud (OMS), y del Centre for Disease Control and Prevention (CDC), así como las recomendaciones de las autoridades sanitarias de cada uno de los países en los que operamos.

Para desarrollar “Feel Safe at NH” se ha revisado toda la operativa de nuestros hoteles, agrupando las iniciativas implementadas bajo 10 líneas de actuación que dan respuesta a las necesidades de nuestros clientes en la nueva realidad. El plan engloba todos los aspectos necesarios para permitir que nuestros hoteles operen con las máximas garantías de seguridad para clientes y empleados: desde los procesos de limpieza e higienización de cada espacio del hotel, hasta nuevas soluciones digitales, pasando por los protocolos para la gestión de la restauración, normativas de distanciamiento de seguridad, protocolos y material de protección personal, y control del aire y la purificación del agua, entre otros.

En concreto para nuestros hoteles de España, este paquete de medidas ha sido adaptado para cumplir con la legislación nacional, siendo el resultado un Plan de Contingencia elaborado por el Servicio de Prevención de NH Hotel Group. Esta adaptación se basa en las “Medidas para la reducción del contagio por el coronavirus SARS CoV-2” del Instituto para la Calidad Turística Española (protocolo sanitario único frente a la COVID-19 para preparar la reapertura del sector turístico), el “Procedimiento de actuación para los Servicios de Prevención de Riesgos Laborales frente a la exposición al SARS CoV-2” del Ministerio de Sanidad, la Evaluación de Riesgo Biológico realizada por el Servicio de Prevención de NH Hotel Group, así como en la legislación específica de Prevención de Riesgos Laborales que ya era de aplicación antes de la actual situación.



La Compañía igualmente ha constituido un comité para la gestión del riesgo de la COVID-19, compuesto por los mejores expertos de cada área, para hacer frente a las adaptaciones y modificaciones necesarias, al igual que para asegurar la correcta implementación del plan en nuestros hoteles.

En cada uno de nuestros establecimientos, además, se ha nombrado un encargado de seguridad e higiene, responsable general del cumplimiento del Plan de Contingencia y estándares “Feel Safe at NH”, y de centralizar, distribuir y administrar toda la información de seguridad y salud relacionada con la COVID-19.

Todo nuestro personal ha sido adecuadamente formado en todas las funciones y temas relacionados con los riesgos derivados de la presencia de la COVID-19, incluyendo las medidas de protección frente a tales riesgos, y los nuevos estándares y procedimientos de trabajo recogidos en el protocolo “Feel Safe at NH”.

NH RESPONSE

Consciente del impacto significativo que la COVID-19 está teniendo en todo el mundo, NH Hotel Group supo adaptarse a la “nueva” situación, sabiendo que la hospitalidad y solidaridad son más necesarias que nunca. Un desafío al que se ha enfrentado garantizando la salud y seguridad de todos los miembros del equipo y sus beneficiarios.

Debido a la situación excepcional en la que se encuentra la Compañía, se identificaron inicialmente una serie de iniciativas para ayudar a gobiernos, autoridades sanitarias y organizaciones sociales a hacer frente a la crisis.

En este sentido, NH Hotel Group puso a disposición de las autoridades hoteles para que se pudieran medicalizar, logrando atender a 3.373 pacientes y ayudar con ello a aliviar los hospitales. Asimismo, se designaron hoteles como alojamientos especiales para 2.720 profesionales de la salud.

Por otro lado, debido al cierre de los hoteles, se decidió donar los alimentos perecederos en stock a asociaciones y fundaciones con las que NH Hotel Group ha colaborado en ocasiones anteriores, llegando a donar 12.400 kilos de alimentos.

Puede ampliar información sobre las iniciativas lanzadas bajo NH Response en el Capítulo NH ROOM4 People: Comunidad.

MODELO DE NEGOCIO DE NH HOTEL GROUP



Anantara Plaza Nice Hotel
Niza, Francia
Coming soon



Tivoli Marina Vilamoura
Vilamoura, Portugal

MODELO DE NEGOCIO DE NH HOTEL GROUP

NH Hotel Group es un operador multinacional consolidado y una de las cadenas hoteleras urbanas de referencia a nivel mundial. Al cierre del ejercicio 2020, el Grupo está presente en 29 países, operando 361 hoteles y 55.371 habitaciones en tres continentes (Europa, América y África).

El modelo de negocio centralizado permite a NH Hotel Group ofrecer un servicio excelente a sus clientes en los distintos hoteles de las diferentes regiones y zonas geográficas en las que opera. La central corporativa y oficinas regionales ofrecen a los hoteles una amplia gama de funciones como ventas, revenue management, reservas, marketing, recursos humanos, gestión financiera y desarrollo de sistemas.

Esta flexible estructura operativa y financiera ha permitido al Grupo superar los grandes desafíos del 2020, a pesar del bajo nivel de demanda. Aunque los desafíos continúan durante los primeros meses del 2021, el Grupo se beneficiará en la primera fase de la recuperación del reconocimiento de marca, las excelentes ubicaciones y el fuerte posicionamiento de mercado una vez se impulse la recuperación en Europa en el medio plazo.



- 64% Alquiler
- 22% Propiedad
- 13% Gestión
- 1% Franquicia



- 21% España
- 18% Alemania
- 15% Italia
- 13% Países Bajos
- 5% Portugal
- 5% México
- 4% Argentina
- 4% Bélgica
- 2% Austria
- 2% Colombia
- 2% Francia
- 8% Otros



- 66% NH HOTELS
- 25% NH COLLECTION HOTELS
- 4% TIVOLI HOTELS & RESORTS
- 3% nhow HOTELS
- 2% ANANTARA HOTELS-RESORTS-SPAS
- 1% AVANI Hotels & Resorts

DESGLOSE DE LA CARTERA

	Total		Alquiler		Propiedad		Gestión		Franquicia	
	Hoteles	Habitaciones	Hoteles	Habitaciones	Hoteles	Habitaciones	Hoteles	Habitaciones	Hoteles	Habitaciones
NH HOTEL GROUP	361	55.371	232	35.701	73	11.920	48	7.087	8	663
EUROPA	303	47.519	210	33.049	51	8.835	34	4.972	8	663
España	97	11.787	68	8.459	13	1.977	11	959	5	392
Italia	57	8.495	41	6.134	13	1.872	3	489	-	-
Alemania	54	10.046	49	9.046	5	1.000	-	-	-	-
Países Bajos	34	7.233	21	4.012	12	2.770	1	451	-	-
Portugal	17	2.809	5	854	-	-	11	1.899	1	56
Bélgica	13	2.265	6	1.197	7	1.068	-	-	-	-
Austria	7	1.340	7	1.340	-	-	-	-	-	-
Francia	5	871	4	721	-	-	1	150	-	-
República Checa	4	733	1	152	-	-	3	581	-	-
Hungría	3	483	3	483	-	-	-	-	-	-
Suiza	3	382	2	260	-	-	-	-	1	122
Rumanía	2	159	1	83	-	-	1	76	-	-
Reino Unido	2	311	1	121	-	-	1	190	-	-
Irlanda	1	187	1	187	-	-	-	-	-	-
Luxemburgo	1	148	-	-	1	148	-	-	-	-
Polonia	1	93	-	-	-	-	-	-	1	93
Eslovaquia	1	117	-	-	-	-	1	117	-	-
Andorra	1	60	-	-	-	-	1	60	-	-
AMÉRICA	57	7.759	22	2.652	22	3.085	13	2.022	-	-
México	17	2.672	7	993	4	685	6	994	-	-
Argentina	15	2.144	-	-	12	1.524	3	620	-	-
Colombia	13	1.355	13	1.355	-	-	-	-	-	-
Chile	5	583	-	-	4	498	1	85	-	-
Cuba	2	251	-	-	-	-	2	251	-	-
Brasil	1	180	1	180	-	-	-	-	-	-
Ecuador	1	124	1	124	-	-	-	-	-	-
Haití	1	72	-	-	-	-	1	72	-	-
Uruguay	1	136	-	-	1	136	-	-	-	-
Estados Unidos	1	242	-	-	1	242	-	-	-	-
ÁFRICA	1	93	-	-	-	-	1	93	-	-
Sudáfrica	1	93	-	-	-	-	1	93	-	-

* Datos cerrados a 31 de diciembre de 2020.



PRINCIPALES MAGNITUDES

CONTEXTO ECONÓMICO GLOBAL Y TURÍSTICO

Durante 2020, debido a la crisis económica generada por la pandemia del COVID-19 la economía mundial decreció un -3,5% comparado con el crecimiento del año anterior del +2,8%. (Datos y estimaciones del FMI "World Economic Outlook" enero 2021).

La economía mundial está comenzando a dejar atrás los mínimos en los que cayó durante el Gran Confinamiento del mes de abril. Pero como la pandemia de COVID-19 continúa propagándose, muchos países han disminuido el ritmo de reapertura y algunos están volviendo a instituir confinamientos parciales para proteger a las poblaciones susceptibles. Aunque la recuperación de China ha ocurrido con más rapidez de lo esperado, el largo camino que deberá recorrer la economía mundial para retomar los niveles de actividad previos a la pandemia sigue siendo susceptible a obstáculos.

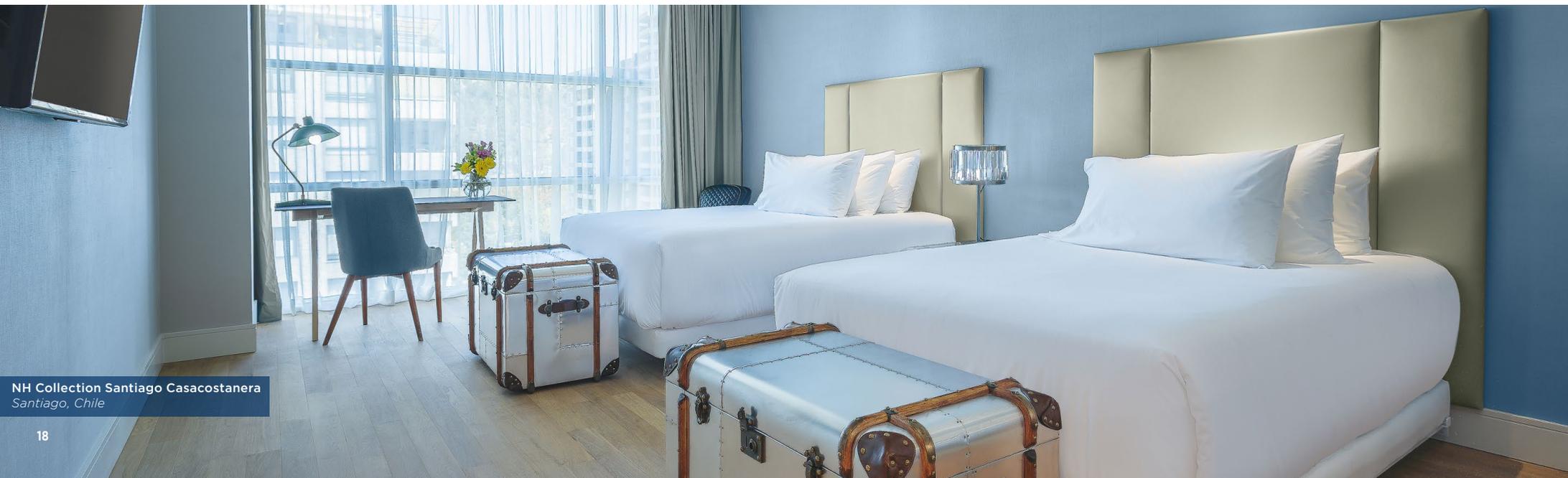
De esta manera, la estimación de la Unión Europea para el crecimiento de la actividad económica mundial en el 2021 es de un +5,5%. Más concretamente, en la zona Euro la tasa provisional de crecimiento para 2020 era del -7,2% (+1,3% en 2019) y se prevé un crecimiento del +4,2% en 2021. Las tasas en los cuatro países que aglutinan la mayor proporción de ventas y resultados del Grupo presentan tasas de decrecimiento en el 2020: España (-11,1% en 2020 vs. +2,0% en 2019), Países Bajos (-5,4% en 2020 vs. +1,7% en 2019), Alemania (-5,4% en 2020 vs. +0,6% en 2019) e Italia (-9,2% en 2020 vs. +0,3% en 2019). Por otro lado, el decrecimiento en Latinoamérica se espera que sea del -7,4% en 2020 (vs. +0,2% en 2019), ya que todas las economías en su conjunto han sufrido las consecuencias generadas por el COVID-19. La incertidumbre sobre la salud, las restricciones a la movilidad y la política económica agravadas por los precios moderados de las materias primas han dado lugar a una profunda caída de la actividad económica en 2020 y además han afectado a las perspectivas para un rápido rebote.

El turismo mundial registró su peor año en 2020, con una caída de las llegadas internacionales del 74%, según los últimos datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT). Los destinos de todo el mundo recibieron en 2020 mil millones de llegadas internacionales menos que el año anterior, debido a un desplome sin precedentes de la demanda y a las restricciones generalizadas de los viajes. En comparación, el declive registrado durante la crisis económica global de 2009 fue del 4%.

Según el último Barómetro del Turismo Mundial de la OMT, el desplome de los viajes internacionales representa unas pérdidas estimadas en 1,3 billones de dólares de los EE.UU. en ingresos de exportación, una cifra que multiplica por más de once las pérdidas registradas durante la crisis económica global de 2009.

Europa registró en 2020 un descenso del número de llegadas del 70%, a pesar de un pequeño y breve repunte en el verano de 2020. La región sufrió la mayor caída en términos absolutos, con una disminución de más de 500 millones de turistas en 2020. Las Américas registraron una caída del 69% en las llegadas internacionales, con resultados ligeramente mejores en el último trimestre del año.

Dada la evolución constante de la pandemia, muchos países están reintroduciendo restricciones más estrictas a los viajes desde principios de año 2021. Entre las medidas se incluyen pruebas obligatorias, cuarentenas y, en algunos casos, el cierre completo de las fronteras, todo lo cual dificulta la reanudación de los viajes internacionales. Al mismo tiempo, cabe esperar que la llegada gradual de las vacunas contra la COVID-19 ayude a restablecer la confianza de los consumidores, a flexibilizar las restricciones de viaje y a que, lentamente, los viajes vayan normalizándose durante el año 2021.



NH Collection Santiago Casacostanera
Santiago, Chile

EVOLUCIÓN DE RESULTADOS

Respecto a la cifra de ingresos en el ejercicio 2020 alcanzó los 536,2 millones de euros, mostrando una caída del -68,6% (+1.172,0 millones de euros). El Beneficio del ejercicio atribuible a la Sociedad Dominante alcanzó los -437,2 millones de euros frente a 90,0 millones de euros en 2019. Dicho descenso se explica totalmente por el impacto de COVID-19 en el negocio desde el mes de marzo.

Respecto a la situación de endeudamiento bruto en este ejercicio aumentó desde los 455,6 millones de euros en diciembre 2019 a 998,1 millones de euros en diciembre 2020. Referente a la situación de tesorería y otros activos líquidos, a 31 de diciembre de 2020 asciende a 320,9 millones de euros (289,3 millones de euros a 31 de diciembre de 2019). Adicionalmente dicha liquidez se complementa con unas líneas de crédito a cierre de ejercicio por importe de 25,0 millones de euros, frente a 303,5 millones de euros a 31 de diciembre de 2019, de los cuales 250 millones de euros correspondían a la línea de crédito sindicada (dispuesta en su totalidad a cierre del ejercicio 2020).

INFORMACIÓN FISCAL

La Estrategia Fiscal de NH Hotel Group (disponible en nh-hoteles.es/corporate/es > Gobierno Corporativo > Políticas) fue aprobada por el Consejo de Administración el 27 de julio de 2015, considerando que uno de los ejes centrales de la estrategia empresarial de todo el Grupo debe ser evitar o minimizar los riesgos, entre los cuales se encuentran los de carácter fiscal.

La estrategia se basa en dar cumplimiento a la normativa tributaria en todas las jurisdicciones en las que NH Hotel Group esté presente, realizando una interpretación de dicha normativa que atienda fundamentalmente al espíritu y finalidad de las leyes.

PRINCIPIOS RECTORES DE LA ESTRATEGIA FISCAL

- Cumplimiento de la normativa tributaria en todas las localizaciones donde está presente.
- Prevención y reducción de los riesgos fiscales significativos.
- Colaboración, lealtad y buena fe con las Administraciones Tributarias.
- Información al Consejo de Administración sobre las principales implicaciones fiscales de las operaciones.

SEGUIMIENTO Y CONTROL

El Consejo de Administración, a través de su Consejero Delegado y de sus Altos Directivos, impulsa el seguimiento por parte del Grupo de la aplicación de los principios y buenas prácticas tributaria.

Asimismo, el Consejo de Administración cuenta con el apoyo de la Comisión de Auditoría y Control del Grupo, que deberá supervisar la eficacia de los sistemas de gestión y control de los riesgos fiscales implantados y facilitar al Consejo periódicamente la información pertinente.

La Compañía monitoriza y hace seguimiento de su política fiscal cumpliendo con los mecanismos establecidos en la ley, en su política fiscal tributaria y en el marco de control aprobados por el Consejo.

Beneficios de NH Hotel Group e impuesto sobre beneficios pagados (miles de euros), por país

JURISDICCIÓN FISCAL	2020		2019	
	Beneficios / (pérdidas) antes de Impuesto sobre Sociedades	Impuesto sobre Sociedades (criterio de caja)	Beneficios / (pérdidas) antes de Impuesto sobre Sociedades	Impuesto sobre Sociedades (criterio de caja)
Alemania	(105.020)	796	(8.077)	428
Argentina	(5.501)	968	4.689	3.469
Austria	(24.004)	0	860	2
Belgica	(20.102)	72	10.935	2.598
Brasil	(773)	3,86	(744)	2
Chile	(3.824)	436	(2.035)	1.382
Colombia	(6.324)	(1.042)	(2.975)	1.917
Dinamarca	(1)	0	-	-
Ecuador	(241)	155	84	194
EEUU	(6.491)	2	(5.891)	83
España	(120.933)	256	38.136	8.337
Francia	(7.367)	0	(2.387)	-
Hungría	(3.933)	2	825	91
Irlanda	(1.890)	0	1.165	-
Italia	(119.095)	516	47.047	24.146
Luxemburgo	(9.651)	0	3.466	-
México	(10.849)	342	6.089	2.412
Países Bajos	(50.097)	(10.637)	36.823	10.427
Polonia	(12)	0	(4)	-
Portugal	(7.534)	279	1.692	394
Reino Unido	(1.348)	0	(78)	-
República Checa	(4.012)	5	(2)	7
República Dominicana	(587)	0	372	-
Rumanía	(329)	12	381	40
Sudáfrica	(1.665)	0	1.335	25
Suiza	(3.011)	0	393	4
Uruguay	(961)	0	(629)	-
Total países	(515.555)	(7.834)	131.469	55.959

Los beneficios o pérdidas antes de impuestos y los impuestos pagados por país antes descritos se ven afectados, en algunos casos, por circunstancias como la venta de activos, salida de hoteles, amortizaciones anticipadas de activos por reposicionamiento o la situación de hiperinflación en el caso de Argentina. Por otra parte, resaltar que el impuesto de sociedades mostrado en el cuadro anterior es el correspondiente a criterio caja.

HITOS 2020

ENERO

Reconocimiento a FAST PASS: NH Hotel Group ha sido premiado en la fase nacional de los CaixaBank Hotels & Tourism Awards 2019, en la categoría de Transformación Digital. El reconocimiento premia el proceso de digitalización de la empresa, los métodos y estrategias de trabajo y la implementación de tecnologías innovadoras que generan un impacto medible en el negocio.

BLOOMBERG GENDER & EQUALITY Index: En enero de 2020 NH Hotel Group ha sido incluida por primera vez en el índice Bloomberg de igualdad de género 2020, siendo la única hotelera española de entre las 325 empresas incluidas en el índice.

FEBRERO

NH Hotel Group sube en Bolsa tras cumplir sus objetivos financieros en 2019: El valor de las acciones de NH Hotel Group ha subido un 10,58% tras informar del cumplimiento de los objetivos financieros en 2019. Esta cifra supone que el grupo ha superado así "el objetivo comprometido a principios del ejercicio de alcanzar 100 millones de beneficio recurrente en 2019".

MARZO

Anantara Villa Padierna se adhiere a The Leading Hotels of the World (LHW). NH Hotel Group confirma la adhesión del hotel Anantara Villa Padierna (Marbella) a LHW, al que ya pertenecía Tivoli Avenida Liberdade (Lisboa) y Tivoli Palacio de Seteais (Sintra). Con ello la Compañía refuerza su intención de posicionar a Anantara como marca de lujo en Europa.

ABRIL

La Compañía reacciona ante la crisis sanitaria:

- NH Hotel Group lanza NH Response y pone a disposición de las autoridades hoteles medicalizados y para alojar a sanitarios.
- Lanzamiento de "Feel Safe at NH": con la finalidad de seguir ofreciendo experiencias inolvidables en nuestros hoteles, garantizando la salud y la seguridad de nuestros clientes y team members, NH Hotel Group lanzó un conjunto global de protocolos de salud y seguridad bajo el concepto "Feel Safe at NH".

NH Hotel Group se suma al movimiento #chefsforSpain del chef José

Andrés: NH Hotel Group se suma a la iniciativa de la fundación World Central Kitchen para entregar más de 2 millones de menús. NH Hotel Group participó con las cocinas de los hoteles Anantara Villa Padierna (Marbella), NH Collection Eurobuilding (Madrid) y NH Collection Finisterre (A Coruña) donde se cocinaron 138.759 menús para donarlos entre los colectivos más vulnerables durante la crisis.



Anantara Villa Padierna
Marbella, España



MAYO

→ **NH Hotel Group, una de las marcas de hoteles más fuertes del mundo:** NH Hotel Group es una de las marcas hoteleras más valiosas de España según el último informe TOP 50 Brands de Brand Finance. La Compañía se mantiene en el puesto 27 siendo la 5ª marca hotelera más fuerte del mundo.

→ **NH Hotel Group refuerza su liquidez con la firma de un préstamo sindicado por importe de 250 millones de euros:** El acuerdo, alcanzado en el marco legal establecido por el gobierno español para mitigar el impacto económico sobrenvenido por la COVID-19, ha recibido la concesión del aval por parte del Instituto de Crédito Oficial (ICO) de España para financiar las necesidades operativas de la Compañía.

JUNIO

→ **NH Hotel Group comienza a reabrir hoteles:** Tras varios meses cerrados, NH Hotel Group comienza a abrir sus hoteles en todas las geografías en la que opera.

JULIO

→ **Aprobación de la Política de Derechos Humanos y actualización de la Política Medioambiental:** NH Hotel Group aprueba la Política de Derechos Humanos, así como la renovación de la Política Medioambiental y Energética por parte del Consejo de Administración. Este hito forma parte del compromiso de la empresa de mejorar su rendimiento sostenible y de las últimas recomendaciones de Gobierno Corporativo que insisten en el refuerzo de políticas como la de RSC, Derechos Humanos, Medio Ambiente.

→ **Nombramiento en el Comité de Dirección:** Luis Martínez Jurado fue nombrado nuevo CFO, reportando a Ramón Aragonés, Consejero Delegado, y pasando a formar parte del Comité de Dirección, ante la salida voluntaria de Beatriz Puente, decidida a emprender un nuevo reto profesional.

OCTUBRE

→ **NH Hotel Group suscribe la extensión de la duración de su contrato de crédito revolving por importe de 236 millones de euros con cláusula ESG-linked:** NH Hotel Group ha suscrito con todas las entidades financieras involucradas la extensión hasta marzo de 2023 de la duración de la línea de crédito sindicada, cuyo vencimiento original era septiembre de 2021, reforzando su liquidez.

→ **Nombramiento en el Consejo de Administración:** El Consejo de Administración de NH Hotel Group ha acordado y nombrado a Rufino Pérez como nuevo Consejero Ejecutivo. La designación tuvo lugar tras un informe previo favorable emitido por la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo. En sus nuevas funciones, mantiene el papel de Director de Operaciones y Líder de Transformación Global.

→ **HYBRID MEETINGS by NH:** A medida que el mundo evoluciona y se enfrenta a una nueva realidad, NH Hotel Group ha mejorado sus servicios de reuniones y eventos con soluciones modernizadas de reuniones híbridas gracias a la tecnología. Se ha mejorado el ancho de banda de Wifi para garantizar una mejor conexión al compartir contenido en tiempo real con todos tus asistentes. A medida que cambian las necesidades del sector, se ha evolucionado en cómo y qué ofrece la Compañía para adaptarse a las nuevas formas de trabajar.

NOVIEMBRE

→ **NH Hotel Group, una de las cadenas hoteleras más sostenibles del mundo:** NH Hotel Group ha sido reconocida por SAM, el prestigioso especialista en calificación de inversiones en sostenibilidad, dentro del TOP 3 de las empresas más sostenibles del mundo dentro de su sector. Este reconocimiento es un testimonio de nuestro liderazgo en sostenibilidad en la industria y confirma la ambición compartida con Minor International, miembro del Índice de Sostenibilidad Dow Jones, que hace un seguimiento del desempeño económico, social y ambiental de las principales empresas de sostenibilidad en todo el mundo.

NUESTRA VISIÓN Y CULTURA

NUESTRA VISIÓN

Un día, cuando alguien planifique un viaje o una reunión en una ciudad, por negocio o por ocio, siempre se preguntará: “¿hay un NH en mi destino?”.

NH Hotel Group tiene su foco puesto en el cliente; éste es el centro de todas las decisiones. Este enfoque permite evolucionar hacia una visión orientada en la cultura del servicio, cuidando los detalles en todo momento y unos valores corporativos que fomentan la sostenibilidad, innovación y la responsabilidad, fundamentados en las personas.

NH Hotel Group quiere ser el destino elegido por el consumidor, ofreciéndole experiencias memorables que van más allá de sus expectativas y haciéndole sentir especial. Esta visión, compartida por todas las personas que forman parte de la Compañía, actúa como guía de desempeño y compromiso, y al mismo tiempo, persigue convertir a NH Hotel Group en la mejor opción para inversores y propietarios que quieran crecer junto al Grupo, con una propuesta global y flexible, con equipos motivados y orgullosos, con eficientes herramientas de gestión y soluciones únicas.

Para maximizar el retorno al accionista que ha depositado su confianza en NH Hotel Group, la Compañía ofrece a sus inversores las mejores oportunidades de gestión como operador de primer nivel tanto en el segmento urbano como en el de negocios.

NUESTRA CULTURA

La cultura de NH Hotel Group, inspirada en la visión y en una clara vocación de servicio al cliente, es lo que ha diferenciado al Grupo desde sus inicios en el sector.

La alineación de la cultura de la Compañía con la estrategia es clave para un crecimiento sostenible. Esta cultura ha permitido una evolución de un modelo de gestión a uno de liderazgo que incorpora las creencias que guían el día a día de todos los empleados, y que son:

- 1. Estamos obsesionados con ofrecer al cliente experiencias memorables**
- 2. Estamos orgullosos de servir a los demás**
- 3. Tenemos la ambición de liderar el sector, aunque no seamos los más grandes**
- 4. Somos responsables de nuestros resultados**
- 5. Cuidamos de nuestros empleados, nuestros empleados cuidan de nuestros clientes**
- 6. Somos activos en las comunidades donde vivimos**
- 7. Tenemos una mentalidad joven**
- 8. Disfrutamos con lo que hacemos... y todo lo hacemos con una sonrisa**

Como reflejo de nuestros valores de Compañía...

EL HOTEL NH VENTAS EN MADRID RINDE HOMENAJE A MARCELA POR SU 93 CUMPLEAÑOS

Durante los duros meses de confinamiento, NH Hotel Group se unió a la iniciativa en la que centenares de establecimientos iluminaban sus fachadas con corazones aportando un mensaje de unidad, solidaridad y ánimo hacia los ciudadanos en general y hacia aquellos colectivos sanitarios y de profesionales de servicios esenciales que trabajan para acabar con la pandemia del coronavirus.

Marcela, vecina del barrio del NH Ventas, veía cada noche desde su ventana los mensajes de ánimo proyectados en la fachada del hotel, haciendo más llevadero su confinamiento. Su nieta Laura escribió a NH Hotel Group agradeciendo este gesto y comunicándonos que iba a ser el cumpleaños de su abuela, por lo que el NH Ventas puso su fachada a disposición para celebrar los 93 años de Marcela a través de mensajes, canciones y luces. Una sorpresa para la cumpleañera y su familia que nunca olvidarán.

ESTRATEGIA DE NH HOTEL GROUP

La COVID-19 ha provocado un drástico descenso de la demanda vinculado a las medidas de restricción de la movilidad, lo que ha supuesto un foco en la eficiencia. Durante 2021, una vez la Compañía cuente con mayor visibilidad de la recuperación de la demanda, se abordará un proceso de planificación estratégica a largo plazo.

El excelente desempeño de la Compañía en los últimos años (pre-covid) ha sido el resultado de un proceso de profunda transformación del Grupo.

En la primera fase de esa transformación, que se inició en 2014, el plan estratégico se centró en la segmentación de marcas, la optimización del portfolio, fuertes inversiones en reposicionamiento y sistemas y una renovada estrategia de precios. Lo que llevó a NH Hotel Group a una segunda fase, con inicio en 2017, basada en las fortalezas de la Compañía e impulsando las palancas clave en la creación de valor en el negocio. Este Plan marcaba como prioridades, impulsar los ingresos de la Compañía, incrementar su eficiencia, al tiempo que aprovechar sus fortalezas para nuevas oportunidades de reposicionamiento y la expansión orgánica como vía de crecimiento adicional.

Con la entrada de Minor International en el capital se abrió una nueva etapa de oportunidades mediante la creación de una plataforma hotelera global con presencia en cinco continentes.

De esta forma, comenzaba una nueva etapa en la que surgieron oportunidades adicionales como:

- Posibilidad de incrementar la base de clientes actuales, atrayendo la creciente demanda asiática a los mercados europeos.
- Economías de escala con socios comerciales, agencias de viajes y proveedores.
- Capacidad de utilizar un paraguas de marcas más amplio en nuevas geografías, esto es llevar las marcas de NH a las geografías de Minor y viceversa.
- Acceder al segmento de lujo con nuevas oportunidades de cambio de marca y la apertura y firma de nuevos hoteles en este segmento.
- Integración de las operaciones de Tivoli en Europa bajo la gestión de NH.
- Contar con los mejores equipos, impulsando el intercambio de talento.



NH | HOTEL GROUP PART OF MINOR HOTELS



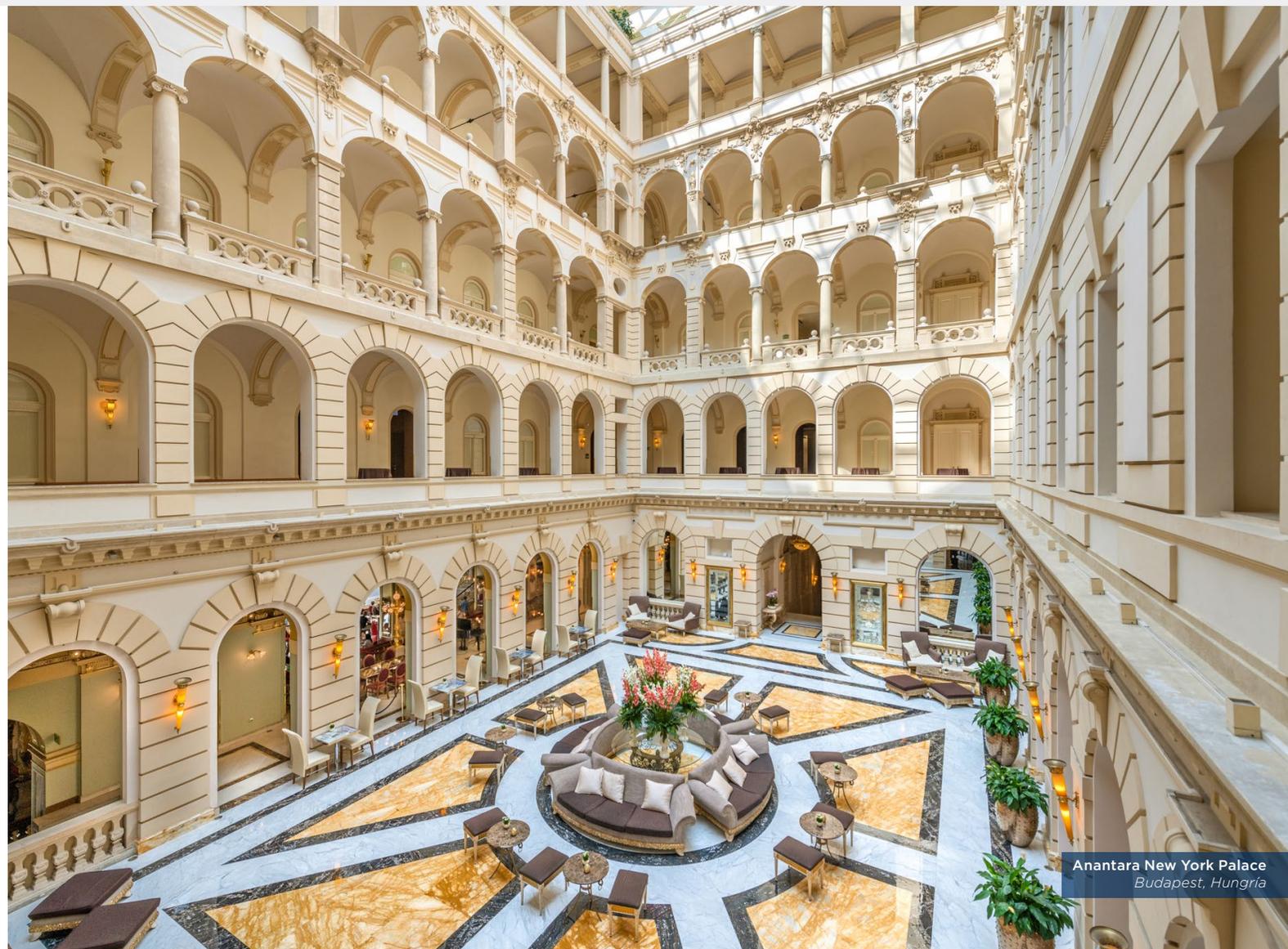
PRINCIPALES INCICIATIVAS ESTRATÉGICAS EN 2020

1. NH HOTEL GROUP CONSOLIDADA SU COMPROMISO ESTRATÉGICO CON EL SEGMENTO DEL LUJO

Durante 2020, NH Hotel Group ha consolidado su compromiso estratégico con el segmento del lujo a través de a un acuerdo con Covivio, uno de los principales fondos de inversión hotelera en Europa, para operar ocho propiedades de referencia situadas principalmente en Roma, Florencia, Venecia, Niza, Praga y Budapest.

Gracias a esta operación, NH Hotel Group ve reforzado su liderazgo en Italia e impulsa su destacada posición en los competitivos mercados de Francia y Europa del Este y al mismo tiempo, representando un hito de enorme magnitud en la ambición conjunta con MINOR de seguir acercando a Europa la lujosa marca Anantara Hotels & Resorts.

Adicionalmente la adhesión del hotel Anantara Villa Padierna a The Leading Hotels of the World (LHW), colección a la que ya pertenecía Tivoli Avenida Liberdade (Lisboa) y Tivoli Palacio de Seteais (Sintra), permite posicionar a Anantara como marca de lujo en Europa e ir de la mano del mejor aliado para penetrar en mercados emisores clave en este segmento.



Anantara New York Palace
Budapest, Hungría

2. PLAN DE EXPANSIÓN Y OPTIMIZACIÓN DEL PORTFOLIO

Debido a la COVID-19, se han pospuesto ciertas aperturas originalmente previstas para 2020. A pesar de ello, durante este ejercicio, el Grupo ha abierto 11 nuevos hoteles con 1.966 habitaciones a incorporar en el portfolio y firmado un hotel en Copenhague de 394 habitaciones y con previsión estimada de apertura durante el último trimestre de 2021.

Hoteles abiertos desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2020

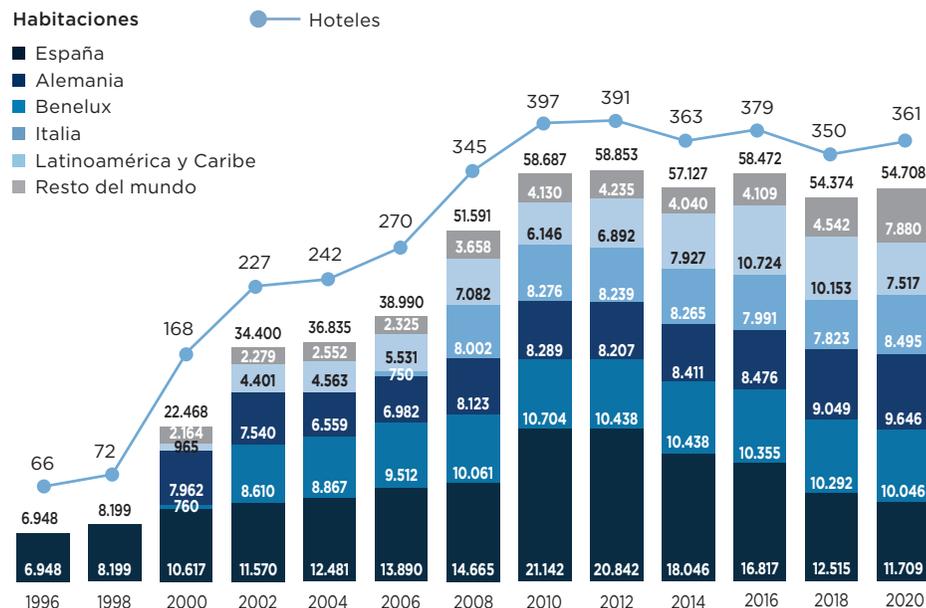
Hotel	Ciudad	Categoría	Habitaciones
nhow London	Londres	****	190
nhow Amsterdam Rai	Amsterdam	****	650
NH Collection Palazzo Verona	Verona	*****	70
Anantara Sahara Tozeur Resort & Villas	Túnez	*****	93
Anantara Palazzo Naiadi Rome Hotel	Roma	*****	238
NH Collection Venezia Grand Hotel Palazzo Dei Dogi	Venecia	*****	64
NH Venezia Santa Lucia	Venecia	****	100
NH Collection Firenze Palazzo Gaddi	Florenzia	****	86
Anantara New York Palace Budapest Hotel	Budapest	*****	185
NH Collection Budapest City Center	Budapest	*****	138
NH Collection Prague Carlo IV	Praga	*****	152
TOTAL HABITACIONES			1.966



Evolución de la cartera entre 1996 y 2020

CRECIMIENTO CONTINUO

En número de habitaciones y hoteles entre 1996 y 2020. La evolución de cartera se indica en el siguiente gráfico:



Evolución de aperturas e incorporaciones

En número de habitaciones

- Crecimiento orgánico
- Adquisición Hoteles Royal



3. COMMERCIAL EVOLUTION MODEL: BOOSTING BUSINESS ∞

La estrategia comercial, basada en la filosofía **Customer Centric**, se fundamenta en la experiencia, la especialización y la cercanía que se ha generado con los clientes a través de los años, para ofrecer un servicio de la más alta calidad. Con ella logrará mejorar la capacidad de evaluación del coste de oportunidad real en cada momento, impactando en la estrategia global de la Compañía y en la aceleración de su crecimiento.

Desde 2018 se han liderado proyectos para la optimización y desarrollo comercial de la Compañía a través de la digitalización de procesos y nuevos enfoques de negocio como la adquisición y fidelización de clientes B2B que han representado un nuevo canal de demanda importante. En esta línea, NH Hotel Group continúa con su proyecto de transformación digital en el área B2B, con el objetivo de aumentar la rentabilidad y generar demanda adicional.

Boosting Business es una oportunidad para acelerar la capacidad de negocio de la Compañía que guiará la evolución para la adaptación tanto hacia los clientes del futuro como los del presente. Se centra en crear nuevas herramientas digitales, impulsar el crecimiento y fortalecer la conexión con los clientes. Adaptando el servicio a la era digital para crear nuevos procesos, formas de trabajar e identificar oportunidades de desarrollo, permitirá mejorar la eficiencia y ofrecer una experiencia mucho más personalizada y de calidad acorde a las nuevas necesidades de los clientes.

“Para NH Hotel Group, estar en el lugar y en el momento adecuado es clave”

La creación de un modelo óptimo, que permita el desarrollo de sinergias (cross-selling) con Minor Hotels para promover planes de acción más transversales, adaptados a cada mercado, impulsa el crecimiento de NH Hotel Group tanto en nuevas geografías como en las tradicionales, aumentando la demanda y reduciendo la estacionalidad.

Así, la cohesión entre la cultura de servicio que caracteriza a NH Hotel Group y el paso hacia la digitalización aumenta la capacidad de identificar nuevas oportunidades e impulsa el crecimiento como profesionales, como líderes y como organización.

Desde el inicio de la pandemia, hemos analizado los distintos escenarios de restricciones gubernamentales y/o locales en los distintos países en los que NH Hotel Group opera, monitorizando cuál ha sido su evolución y adaptándonos en cada momento al timelines o fases de las limitaciones.

Nuestro principal objetivo en todo momento ha sido mantener la flexibilidad tanto en reservas individuales como las de grupos, adaptándonos a las circunstancias de fuerza mayor en cada país.

4. PLAN DE TRANSFORMACIÓN

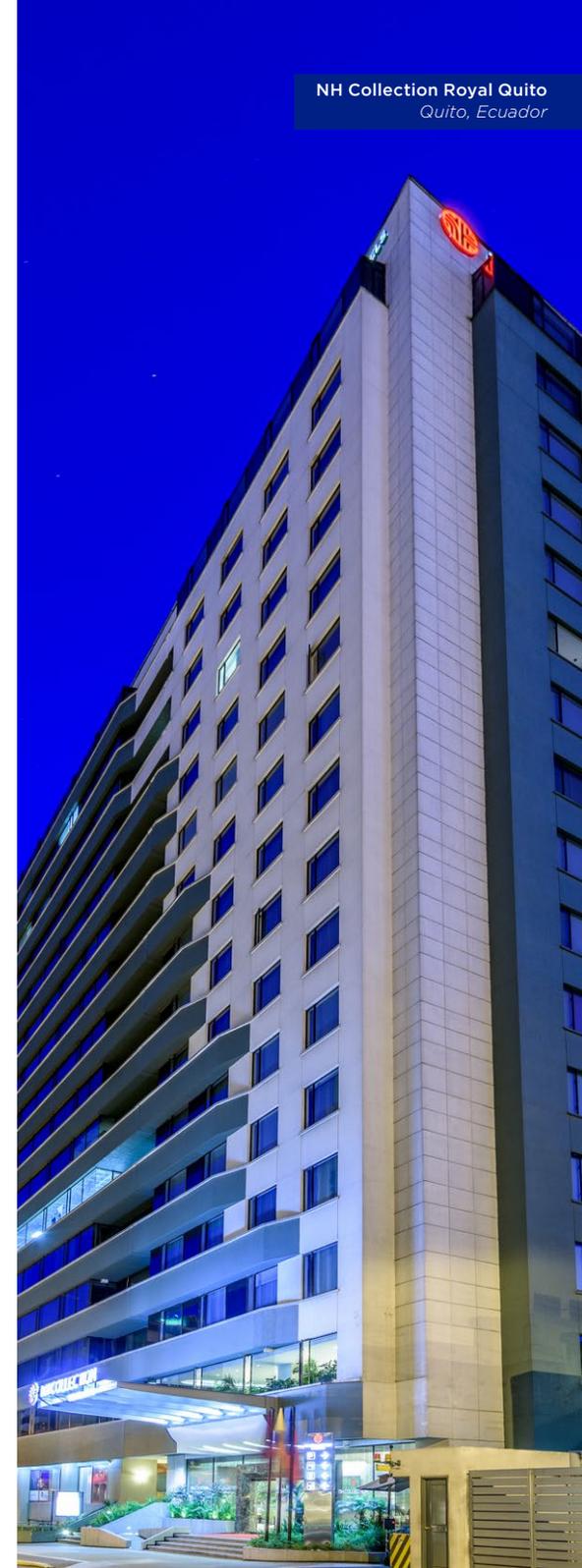
NH Hotel Group continúa apostando por la innovación y en 2020, aun siendo un año tan complicado, ha mantenido el Proyecto de Transformación Digital de la Compañía como una iniciativa del Plan Estratégico para dotar de eficiencia a los procesos y sistemas, incrementar la capacidad de diferenciación respecto a la competencia y percepción del cliente y continuar mejorando procesos básicos de la Compañía.

Y es que, uno de los grandes logros de la Compañía ha sido el de centralizar en un único sistema integrado todas sus propiedades y funciones permitiendo a NH Hotel Group disponer de una plataforma digital 100% integrada: **NH Digital Core Platform**. Una solución tecnológica pionera en el sector que ha permitido integrar los sistemas de todos los hoteles del Grupo, y que se ha convertido en la base para que NH Hotel Group pueda ampliar su conocimiento del cliente, maximizar su eficiencia e innovar a gran escala en todas sus áreas de valor. En este año 2020, también ha facilitado el desarrollo e integración de funcionalidades para incrementar la seguridad de nuestros empleados y clientes, así como ser capaces de seguir trabajando con normalidad en tiempos tan convulsos. El acceso a nuestros sistemas no ha sufrido problema desde ningún sitio y tanto la Central de Reservas, como cada uno de los empleados de NH, ha podido trabajar normalmente, desde el primer día de “confinamiento” ya estuviera en su casa o en el hotel.

También podemos destacar que esta plataforma integral, nos permite una flexibilidad enorme para obtener la información necesaria para tomar decisiones, como, por ejemplo, la conveniencia de abrir o cerrar hoteles y posibilita que técnicamente, no suponga ningún reto, ni proyecto adicional. Es simplemente, sencillo e inmediato. Esto nos proporciona una eficiencia enorme como Compañía focalizándonos en lo realmente importante como el análisis, la toma de decisiones y ejecución de éstas.

También podemos destacar entre los principales beneficios, la mejora de la experiencia de cliente en un entorno global como el actual, la optimización y reducción de los costes operativos, la profundización en el análisis de datos -lo que ha permitido a la Compañía generar nuevas fuentes de ingresos-, más agilidad a la hora de responder a los cambios del mercado y, especialmente, el importante impulso de la cultura de la innovación dentro de la organización.

En NH Hotel Group consideramos la digitalización como una herramienta clave para ofrecer una experiencia extraordinaria, pero siempre como acompañamiento al trabajo de nuestros empleados que, orgullosos de servir, son los que realmente marcan la diferencia. Ellos son el alma de NH Hotel Group y la digitalización un facilitador; y el hecho de que vayan de la mano, es lo que garantiza el éxito de nuestro modelo de negocio.





NH Hannover
Hannover, Alemania

PROYECTOS DESTACADOS EN 2020

1. Mobile Guest Service

La digitalización de la información y servicios del hotel en una Progressive Web App (PWA) accesible desde cualquier dispositivo del cliente (móvil, Tablet, PC) ofreciendo a los clientes la posibilidad de tener toda la información del hotel a su alcance: desde información de las instalaciones del hotel y horarios, hasta la posibilidad de pedir room service o reservar mesa en el restaurante, solicitar amenities extra, etc. Una iniciativa que además de respaldar el plan Feel Safe at NH, eliminando interacciones y garantizando la información de manera segura durante la estancia, genera beneficios en cuanto a sostenibilidad al estar todos los datos digitalizados.

2. Housekeeping Mobility App

NH Hotel Group ha continuado implementando y mejorando una aplicación para “Housekeeping” que permite optimizar la gestión del departamento, así como el proceso de check-in. Así, en cuanto una habitación está limpia y preparada, el personal de limpieza del hotel, a través de la aplicación, puede confirmarlo en tiempo real. Esto supone una optimización del proceso de Check-in, ya que el cliente puede acceder a la habitación antes, con la consiguiente mejora en su experiencia. Adicionalmente también supone una mejora para que los empleados pueden gestionar la limpieza de habitaciones de una manera óptima y más segura; sin olvidar la reducción del uso de papel con el consiguiente impacto ambiental positivo. En 2020, 50 hoteles han estado trabajando ya con esta aplicación.

3. Tablets en la recepción

NH Hotel Group ha lanzado un piloto en varios hoteles para incluir terminales en las recepciones, promoviendo un nuevo proceso de check-in y check-out acompañado por una tablet que permite al cliente revisar su factura o incluso firmar consentimientos sin necesidad de papel. Un proceso, más eficiente y sostenible, que permite además un registro almacenado digitalmente de las firmas y consentimientos de los clientes. En definitiva, un proyecto que mejorará la experiencia del cliente, así como el proceso del check-in y check-out.

4. Integración Dedicada

NH Hotel Group ha integrado dentro de su portfolio a los hoteles Dedicada, realizando la implantación de los sistemas y procesos del modelo NH. Los plazos de integración han sido muy cortos (1mes y medio para implantar, formar y dar soporte a 7 hoteles) pero puede hacerse así debido a nuestra plataforma integrada y a la red de conocimiento interno (NH Experts) que tenemos en todos los países y que posibilita que el acompañamiento y soporte en los proyectos de integración sea sencillo, rápido y muy efectivo.

5. Robotics

NH Hotel Group aplica la tecnología de la robótica en diferentes áreas de la Compañía, para automatizar procesos repetitivos de bajo valor añadido, pero con gran esfuerzo en recursos. Este año se ha focalizado en la carga de contratos y precios negociados, así como en el alta de clientes para empresas que han rellenado un formulario en el hotel. La robotización de estos procesos incrementa la productividad y eficiencia, disminuyendo los errores manuales y el coste. También se está aplicando esta tecnología para optimizar procesos básicos de las recepciones, automatizando tareas repetitivas que permiten dedicar un mayor tiempo al cliente y mejorar su experiencia.

6. Formulario de Registro

En 2020, se ha finalizado un proyecto de digitalización para formularios de registro de huéspedes que simplifica mucho el proceso de check-in. Se pasa de tres documentos (tarjeta de bienvenida, formulario de registro firmado y el folleto NH Rewards) a un solo documento de registro que cumple con los requisitos legales de todos los países y presenta un diseño nuevo y atractivo que permite la personalización por marca. Se trata de una manera sencilla de agilizar el proceso de registro, y permite al empleado ofrecer una mejor atención y experiencia al cliente reduciendo los tiempos de check-in.

7. Digitalización de informes

Durante este año, se ha lanzado un proyecto para digitalizar los informes de emergencia y seguridad en la Compañía. Esto supone mejorar nuestro impacto medioambiental reduciendo mucho las impresiones en papel que se hacen diariamente y también optimizando el proceso de control y de supervisión de directores de hotel.

8. B2B CRM

Gracias a este proyecto, se están logrando dos objetivos principalmente. Por un lado, proporcionar una herramienta de seguimiento de la actividad comercial a la fuerza de ventas para gestionar visitas, emails o cualquier otro tipo de contacto mantenido con los clientes, y así poder identificar oportunidades y tener un seguimiento de las principales métricas del negocio asociadas a la actividad de los clientes. Por otro, utilizarlo como solución para la gestión de la demanda de servicios de eventos y grupos en los hoteles, utilizando matching learning para analizar las solicitudes de cotización de servicios recibidas por email. Esto permite asignar a cada una de ellas al grupo de agentes comerciales especializados en cada segmento de negocio. Esta solución está integrada con la herramienta de gestión de reservas de grupos y eventos, proporcionando una gestión punto a punto del proceso, desde la solicitud de la cotización del evento/grupo, pasando por la reserva y seguimiento, hasta la facturación y cobro.

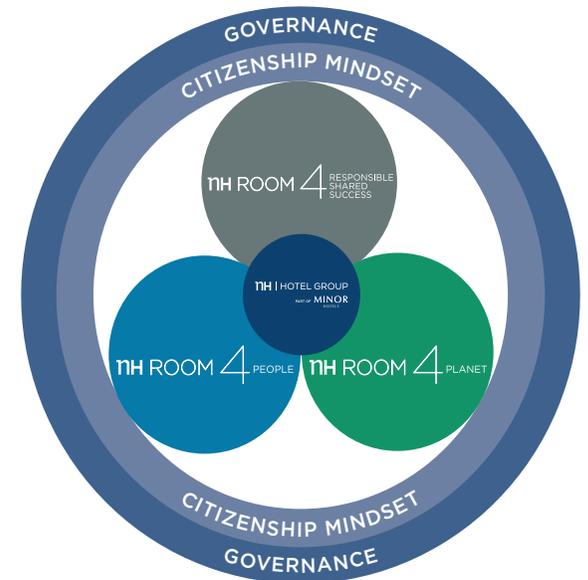


5. SUSTAINABLE BUSINESS

El pilar de Sustainable Business es una palanca esencial en la estrategia de negocio de NH Hotel Group que permite avanzar hacia un modelo hotelero más responsable, sostenible y generador de riqueza para la sociedad.

Ser reconocidos como referente mundial en excelencia y sostenibilidad es la ambición de la Compañía; y forma parte de nuestra Visión 2021. Para lograrlo, NH Hotel Group entiende el negocio sostenible desde una perspectiva holística, y contempla las dimensiones ESG de forma integral, gracias a sus pilares NH ROOM4People, NH ROOM4Planet y NH ROOM4Responsible Shared Success, todos ellos enmarcados bajo la premisa del gobierno corporativo y la mentalidad de ciudadanía.

Los compromisos en este campo y la mejora que ha demostrado NH Hotel Group durante este año, le han llevado a recibir el reconocimiento *Bronze Class* del Sustainability Yearbook 2021 que publica S&P Global, así como el título de *Industry Mover* por la mejora en su evaluación respecto al año anterior.



GOBIERNO CORPORATIVO Y COMPROMISO ÉTICO



ESTRUCTURA ACCIONARIAL

Al cierre del ejercicio 2020 el capital social de NH Hotel Group, S.A. ha sido de 784.360.486€ y ha estado representado por 392.180.243 acciones al portador de 2€ de valor nominal cada una, íntegramente suscritas y desembolsadas.

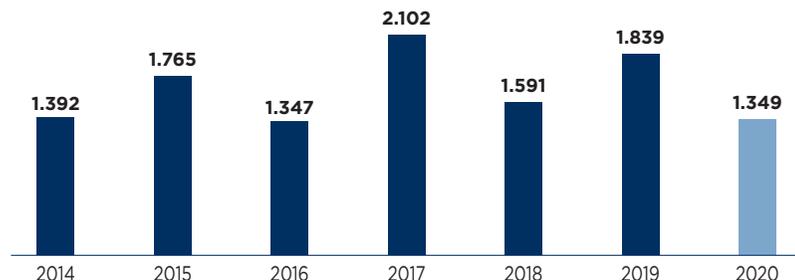
De acuerdo con las últimas notificaciones recibidas por la Sociedad y con las comunicaciones realizadas a la Comisión Nacional del Mercado de Valores antes del cierre de cada ejercicio, las participaciones accionariales más significativas a cierre de ejercicio han sido las siguientes:

	2020	2019
Minor International Public Company Limited ("MINT") ²	94,13%	94,13%

² MINT es el accionista indirecto a través de MHG Continental Holding (Singapore) Pte Ltd.

CAPITALIZACIÓN AL CIERRE DE CADA EJERCICIO

(en millones de euros)



RELACIÓN CON ACCIONISTAS E INVERSORES

A lo largo de 2020, NH Hotel Group ha mantenido contacto continuo y permanente con analistas e inversores de la Compañía, con el fin de atender sus necesidades sobre la evolución general del Grupo. Debido a la situación sanitaria, este contacto con el mercado se ha realizado principalmente a través de reuniones no presenciales tanto a nivel individual, como en la participación de conferencias de inversores organizadas por diversas entidades financieras y peticiones de llamadas particulares.

Principales indicadores de relación con accionistas e inversores en 2020

Entidades que realizan análisis de NH Hotel Group	11
Consultas atendidas de accionistas e inversores	60
Reuniones individuales de accionistas e inversores	110
Informes de seguimiento de los analistas	52

La Compañía produce de forma periódica información financiera consistente y transparente, con el fin de permitir un seguimiento para el análisis y valoración del Grupo.

Como empresa cotizada, NH Hotel Group publica los resultados trimestrales al mercado. Adicionalmente, de forma semestral y coincidiendo con la publicación de resultados semestrales y anuales, se realiza una llamada/conferencia con el mercado con una asistencia media de 25 participantes, entre inversores y analistas.

En las publicaciones de resultados trimestrales se detallan:

- Principales KPIs y drivers de los resultados.
- Evolución por geografías.
- Evolución de costes.
- Detalle de flujo de caja y posición de deuda financiera.

Adicionalmente, desde el departamento de Relación con Inversores se mantiene un contacto permanente con el mercado a través de llamadas, viajes, conferencias de inversores... para informar a la comunidad inversora de la evolución de la Compañía.



GOBIERNO CORPORATIVO

El sistema de Gobierno Corporativo de NH Hotel Group está conformado por los Estatutos Sociales, el Reglamento del Consejo de Administración, el Reglamento de la Junta General y el Reglamento Interno de Conducta en los Mercados de Valores, así como por las demás normas, códigos, procedimientos internos y políticas corporativas, aprobados todos ellos por los órganos competentes de la Sociedad.

Este Sistema ha sido formalizado en cumplimiento de los más altos estándares de cumplimiento de buenas prácticas en materia de gobierno corporativo. Entre otros, por el Código de buen gobierno de las sociedades cotizadas (el “Código de Buen Gobierno”), aprobado por Acuerdo del Consejo de la CNMV de 18 de febrero de 2015 y revisado en junio de 2020 que se ajusta a las recomendaciones de buen gobierno de los mercados internacionales.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE NH HOTEL GROUP

El Consejo de Administración es el máximo órgano de administración y representación de la Compañía. Está facultado para realizar, en el ámbito comprendido en el objeto social delimitado en los Estatutos, cualesquiera actos o negocios jurídicos de administración y disposición, por cualquier título jurídico, salvo los reservados por la Ley o los Estatutos Sociales a la competencia exclusiva de la Junta General de Accionistas.

En consecuencia, el Consejo de Administración se configura básicamente como un órgano de supervisión y control, encomendando la gestión ordinaria de los negocios de la Compañía en favor de los órganos ejecutivos y del equipo de dirección. Las funciones del Consejo de Administración y de sus Comisiones (Comisión de Auditoría y Control y Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo) vienen expresamente recogidas en los artículos 33 y 47 de los Estatutos y artículos 5 y 25 del Reglamento del Consejo. El Consejo de Administración desarrollará sus funciones de conformidad con el interés social, entendido como el interés de la Compañía; y en este sentido actuará para garantizar la viabilidad de la Compañía a largo plazo y maximizar su valor, ponderando además los intereses plurales legítimos, públicos o privados, que confluyen en el desarrollo de toda actividad empresarial.



COMISIONES DEL CONSEJO

Durante el ejercicio 2020, el Consejo de Administración de NH Hotel Group cuenta con las siguientes comisiones:

- **Comisión de Auditoría y Control.** Se centra mayoritariamente, y entre otras materias, en la supervisión de la eficacia del control interno de la Sociedad, así como del proceso de elaboración y presentación de la información financiera regulada y de la información no financiera, velando por la independencia y eficacia de la función de auditoría interna y del auditor externo.

Composición de la Comisión de Auditoría y Control

A 31 de diciembre de 2020

Nombre	Cargo	Categoría
D. Fernando Lacadena Azpeitia	Presidente	Independiente
D. José María Cantero de Montes-Jovellar	Consejero	Independiente
D. Stephen Andrew Chojnacki	Consejero	Dominical
D. Carlos Ulecia Palacios	Secretario	No Consejero

- **Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo.** Se centra mayoritariamente en proponer el nombramiento de Consejeros Independientes o informar sobre las aptitudes del resto de consejeros que vayan a nombrarse, así como analizar y evaluar todo lo relativo a las materias de remuneración, tanto de consejeros, como de la Alta Dirección, elaborando las políticas correspondientes. Asimismo, se encarga de supervisar y controlar el cumplimiento de las reglas de gobierno corporativo y de la Política y el Plan de Responsabilidad Social Corporativa, proponiendo al Consejo los Informes y Memorias que fueran necesarios.

Composición de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo

A 31 de diciembre de 2020

Nombre	Cargo	Categoría
D. José María Cantero de Montes-Jovellar	Presidente	Independiente
D. Stephen Andrew Chojnacki	Consejero	Dominical
D. Alfredo Fernández Agras	Consejero	Independiente
D. Carlos Ulecia Palacios	Secretario	No Consejero

Composición del consejo de administración

A 31 de diciembre de 2020

Nombre	Cargo	Categoría
D. Alfredo Fernández Agras	Presidente	Independiente
D. Ramón Aragonés Marín	Consejero Delegado	Ejecutivo
D. José María Cantero de Montes-Jovellar	Consejero	Independiente
D. Kosin Chantikul	Consejero	Dominical
D. Stephen Andrew Chojnacki	Consejero	Dominical
D. William Ellwood Heinecke	Consejero	Dominical
D. Fernando Lacadena Azpeitia	Consejero	Independiente
D. Rufino Pérez Fernández	Consejero	Ejecutivo
D. Emmanuel Jude Dillipraj Rajakarier	Consejero	Dominical
D. Carlos Ulecia Palacios	Secretario	No Consejero

Durante el ejercicio 2020 se produjeron ciertos cambios en la composición del Consejo. La composición actual es el resultado de la renuncia de la Consejera Ejecutiva D^a Beatriz Puente Ferreras presentada en fecha 28 de septiembre debido a la finalización de su relación profesional con la Sociedad, y del nombramiento por cooptación de D. Rufino Pérez Fernández como Consejero Ejecutivo, previo Informe favorable de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Buen Gobierno.

Desde el 31 de diciembre de 2020 hasta la fecha de formulación del presente Informe, no ha habido cambios en la composición del Consejo.

El perfil completo de todos los integrantes del Consejo de NH Hotel Group y de sus comisiones es público y se puede consultar en el apartado de Gobierno Corporativo de la web corporativa de la Compañía.



NH Leipzig Messe
Leipzig, Alemania



POLÍTICA DE SELECCIÓN DE CANDIDATOS A CONSEJERO

• Objetivos y Proceso de la Selección de Candidatos

El 22 de diciembre de 2020, el Consejo de Administración aprobó, previo Informe favorable de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo, modificaciones a la Política de Selección de Consejeros para su adecuación al Código de Buen Gobierno, y a través de la cual se asegura que las propuestas de nombramiento de consejeros de la Sociedad se fundamenten en un análisis previo de las necesidades del Consejo de Administración. Para evaluar a los candidatos que participen en el proceso de selección, el procedimiento tiene en cuenta las competencias, experiencia, profesionalidad, idoneidad, género, independencia de criterio, conocimientos, cualidades, capacidades y disponibilidad de los miembros del Consejo de Administración en cada momento, asumiendo la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo un papel relevante en este proceso.

Dicha Política trata de evitar las discriminaciones siendo la meritocracia el criterio que rige como principio de selección para encontrar los mejores candidatos para la Compañía.

• Condiciones que deben reunir los candidatos

Los candidatos a Consejero de la Sociedad deberán cumplir requisitos de cualificación y honorabilidad profesional y personal. En particular, han de ser personas prestigiosas, idóneas y de reconocida solvencia, competencia y experiencia profesional con cualificación, formación y disponibilidad suficiente para el cargo. Los candidatos deben de mostrar compromiso con su función, con una

trayectoria personal y profesional de respeto a las leyes y a las buenas prácticas comerciales y, necesariamente, han de cumplir con los preceptos que marque la ley en todo momento para poder formar parte del Consejo de Administración. Además, deberán ser profesionales íntegros, cuya conducta y trayectoria profesional esté alineada con los principios y deberes éticos recogidos en las normas internas de la Sociedad y con la visión y valores del Grupo.

• Promoción de la Diversidad

NH Hotel Group tiene la convicción de que la diversidad en todas sus facetas, en todos los niveles de su equipo profesional, es un factor esencial para asegurar la competitividad de la Compañía y un elemento clave de su estrategia de Gobierno Corporativo. En el proceso de selección de candidatos se evitarán discriminaciones y, en el interés social, regirá la meritocracia como criterio principal de selección, siendo un proceso tendente a la búsqueda de los candidatos más cualificados.

No obstante, y sin menosprecio de lo anterior, cada vez que se produce una vacante en el Consejo de Administración, y se inicia el correspondiente proceso de selección deberá participar, por lo menos, una mujer como candidata, hasta que se alcance el objetivo del 40% en el año 2022.

Para la consecución del mencionado objetivo, la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo velará por que el procedimiento de selección no adolezca de sesgos implícitos que obstaculicen la selección de Consejeras y para que se incluyan entre los potenciales candidatos, mujeres que reúnan el perfil profesional buscado.



COMITÉ DE DIRECCIÓN

El Comité de Dirección de NH Hotel Group se configura como el órgano que garantiza la viabilidad del negocio, buscando el crecimiento y fijando el marco estratégico de la Compañía, desarrollando el talento y liderazgo.

El Comité de Dirección se reúne con carácter semanal y está formado por los *Chief Officers* de las diferentes áreas:

Composición del Comité de Dirección

A 31 de diciembre de 2020

Nombre	Cargo
1. D. Ramón Aragonés	Chief Executive Officer
2. D. Fernando Cordova	Chief People & Sustainable Business Officer
3. D ^a Laia Lahoz	Chief Assets & Development Officer
4. D. Isidoro Martínez de la Escalera	Chief Marketing & Communication Officer
5. D. Luis Martínez Jurado	Chief Financial Officer
6. D. Rufino Pérez	Chief Operations Officer & Global Transformation Leader
7. D. Carlos Ulecia	General Counsel & Chief Legal and Compliance Officer
8. D. Fernando Vives	Chief Commercial Officer

REMUNERACIÓN DEL CONSEJO Y LA ALTA DIRECCIÓN

Remuneración media del Consejo de Administración y Comité de Dirección de NH Hotel Group (Euro)

	2020		2019	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Retribución Consejero Vocal*	-	-	53.000	50.500
Remuneración media Comité de Dirección**	286.076	260.224	604.198	569.837

**En 2020, al no haber mujeres, momentáneamente, en el Consejo de Administración no existe comparabilidad de dato. Tampoco existen vocales hombres que no sean dominicales (los consejeros dominicales de NH Hotel Group han renunciado a su asignación fija y a las dietas que les corresponderían como consejeros) o presiden otra comisión. Conviene destacar que las 2 presidencias de las Comisiones y la presidencia del Consejo están ocupadas por Consejeros hombres. Estas son posiciones que cobran 200.000 euros en el caso del Presidente del Consejo y 90.000 euros en el caso de los Presidentes de Comisiones. Este año, debido a la crisis derivada del COVID-19, los consejeros han acordado reducir su retribución en un 50%.*

***Incluye: Salario Fijo, vehículo, seguro médico, seguro de vida y seguro de accidentes. Todos los importes devengados en 2020 (importes brutos) de aquellos miembros del comité que hayan formado parte del mismo durante 2020. Los importes de aquellos miembros que hayan salido o se hayan incorporado durante 2020 se han anualizado.*

Todos los miembros del Comité de Dirección han disminuido su retribución durante 2020 en más de un 50%.

La remuneración de los Consejeros Ejecutivos se incluye en las cuantías del Comité de Dirección puesto que sus funciones como meros consejeros no están retribuidas.

Más información sobre las políticas de retribuciones del Consejo de Administración disponible en el Informe Anual de Gobierno Corporativo 2020.



SISTEMA DE CUMPLIMIENTO

NH Hotel Group continúa impulsando la función de cumplimiento, con enfoque en las siguientes temáticas clave:

Código de Conducta

Tiene como objetivo determinar los principios, valores y normas que deben regir el comportamiento y la actuación de cada uno de los profesionales y directivos del Grupo, así como los miembros de los órganos de administración de las sociedades que lo integran y de los grupos de interés que interactúan con NH Hotel Group. Se desarrolla más información sobre el Código de Conducta en el apartado “Ética y Conducta” del presente Informe.

Modelo de Prevención de Riesgos Penales

Describe los principios de gestión y prevención de delitos en NH Hotel Group y define la estructura y funcionamiento de los órganos de control y supervisión establecidos en la Sociedad, sistematizando los controles existentes con la finalidad de prevenir y mitigar el riesgo de la comisión de delitos en las distintas áreas de la Compañía.

Reglamento Interno de Conducta

Establece los estándares mínimos a respetar en relación con la compraventa de valores, información privilegiada y confidencial y su tratamiento.

Procedimiento de Conflictos de Interés

Desarrolla las reglas a seguir en aquellas situaciones en las que entren en conflicto el interés de la Sociedad o de cualquiera de las sociedades integradas en el Grupo y el interés personal directo o indirecto de los consejeros o de las personas sometidas a reglas de conflictos de interés.

COMITÉ DE CUMPLIMIENTO

Constituido en 2014, el Comité de Cumplimiento está formado por miembros del Comité de Dirección y presidido por el *Chief Legal and Compliance Officer*. Este órgano tiene la facultad de supervisar el cumplimiento de las áreas clave del Sistema de Cumplimiento: el Reglamento Interno de Conducta, el Procedimiento de Conflictos de Interés, el Código de Conducta y el Modelo de Prevención de Riesgos Penales del Grupo entre otros.

El Comité de Cumplimiento supervisa la gestión realizada por la Oficina de Cumplimiento, y tiene potestad para imponer medidas disciplinarias a los empleados en las materias que competan a su alcance.

Durante el ejercicio 2020, se han celebrado 3 reuniones del Comité de Cumplimiento.

OFICINA DE CUMPLIMIENTO

La Oficina de Cumplimiento, liderada por el responsable de Cumplimiento, reporta directamente al Comité de Cumplimiento y es la encargada de la difusión y supervisión del cumplimiento del Código de Conducta y de la elaboración e implantación del Modelo de Prevención de Riesgos Penales, así como de gestionar las consultas del Código de Conducta.

Por su parte, el responsable de Auditoría Interna es el encargado de gestionar el Canal confidencial de Denuncias, en el que se garantiza la confidencialidad y respeto en todas las fases que conlleva, así como la no represalia. Su procedimiento se especifica en detalle en el Código de Conducta.

Durante 2020 se ha informado de 38 presuntos incumplimientos del Código de Conducta, una disminución del 16% con respecto a 2019; habiéndose ejecutado las medidas disciplinarias pertinentes y habiéndose dado respuesta a la totalidad de las 30 consultas recibidas.

Tras el análisis de las consultas y presuntos incumplimientos recibidos a través del canal de denuncias u otros mecanismos formales de la oficina de cumplimiento, ninguno de ellos ha derivado en incumplimiento de ninguna de las siguientes categorías:

Categoría del incumplimiento	Nº incidentes	Naturaleza	Valor multas (€)		Nº a través de mecanismos de resolución	Acciones tomadas por NH
			2020	Acumulado 2017-2020		
Corrupción y Soborno	0	na	0	0	na	na
Comportamiento anticompetitivo	0	na	0	0	na	na
Regulaciones ambientales	0	na	0	0	na	na
Derechos humanos	0	na	0	0	na	na
Reglamentos y/o códigos voluntarios relativos a los efectos de los productos y servicios en la salud y la seguridad	0	na	0	0	na	na
Reglamentos y/o códigos voluntarios relativos a la información y el etiquetado de productos y servicios	0	na	0	0	na	na
Reglamentos y/o códigos voluntarios relativos a las comunicaciones comerciales, incluida la publicidad, la promoción y el patrocinio	0	na	0	0	na	na
Las quejas recibidas sobre violaciones de la privacidad de los clientes	0	na	0	0	na	na
Leyes y reglamentos en el ámbito social y económico	0	na	0	0	na	na

En relación con estas categorías de incumplimiento, actualmente la Compañía no tiene abierta ninguna investigación en curso, ni originada en 2020 ni en años anteriores, ni ha tenido que abrir ninguna medida disciplinaria a ningún empleado. Asimismo, tampoco ha tenido que rescindir ningún contrato con ningún socio comercial por incidentes en materia de corrupción ni ningún otro incidente de las categorías previamente mencionadas.

NUEVAS POLÍTICAS APROBADAS EN 2020

En 2020 el Consejo de Administración de NH Hotel Group ha aprobado, previo informe favorable de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo, la actualización de la Política de Energía y Medio Ambiente, así como la Política de Derechos Humanos del Grupo.

La aprobación de dichas Políticas ha sido debidamente comunicada a todos los empleados, a fin de garantizar su comprensión y consecuente cumplimiento.



Política de Energía y Medio Ambiente

En el Consejo de Administración de julio 2020 se aprobó la actualización de la Política de Energía y Medio Ambiente. Esta Política se actualizó para reforzar el compromiso de NH con el bienestar de sus huéspedes y la gestión eficiente de los recursos disponibles en el entorno donde se ubican los hoteles del Grupo y en línea con los principales marcos internacionales aplicables.



Política de Derechos Humanos

En julio del 2020 se aprobó en el Consejo de Administración la Política de Derechos Humanos de NH Hotel Group. La Política establece nuestro compromiso de cumplir con los Derechos Humanos de acuerdo con los más altos estándares internacionales y trabaja para PROTEGER, RESPETAR y REMEDIAR (prevenir y gestionar) los riesgos asociados al incumplimiento de tales derechos.

La aprobación de ambas políticas es un hito que se enmarca en el compromiso de la Compañía por mejorar su desempeño en sostenibilidad y las últimas recomendaciones de Gobierno Corporativo que insisten en el refuerzo de políticas como Responsabilidad Corporativa, Derechos Humanos, Medio Ambiente, etc. Estas políticas también definen el ámbito de aplicación y la promoción de los principios inspiradores de NH Hotel Group entre clientes, proveedores y socios.

ÉTICA Y CONDUCTA

El marco para la ética de NH Hotel Group se basa en su Código de Conducta, cuya responsabilidad de aprobación recae en el Consejo de Administración del Grupo. Su última actualización se llevó a cabo en 2015.

El Código afecta a todas las personas que trabajan en NH Hotel Group, siendo de aplicación no sólo a empleados, directivos y miembros del Consejo de Administración, sino también, otros grupos de interés como clientes, proveedores, competidores o accionistas, así como a las comunidades en las que NH Hotel Group opera sus hoteles.

El Código de Conducta resume la conducta profesional que se espera de los empleados de NH Hotel Group, los cuales están comprometidos a actuar con integridad, honestidad, respeto y profesionalidad en el desempeño de su actividad.

El Grupo NH está comprometido a cumplir con las leyes y regulaciones en los países y jurisdicciones en los que opera. Esto incluye, entre otras cuestiones, leyes y normativas sobre la salud y seguridad, discriminación, fiscalidad, privacidad de los datos, competencia, anticorrupción, prevención de blanqueo de capitales y compromiso medioambiental. Las áreas claves cubiertas por el Código abarcan:



COMPROMISO

con las personas
con los clientes
por parte de los proveedores
con los competidores
con los accionistas
con las comunidades y la sociedad
con los activos, los conocimientos y los recursos del grupo
respecto al mercado de valores



OBLIGACIONES

respecto de prácticas fraudulentas o poco éticas

El Código de Conducta está publicado en 6 idiomas en la página web oficial de NH Hotel Group y a disposición de todos los grupos de interés. Además, desde 2017, a través de la App "My NH" los empleados de la Compañía pueden acceder al mismo desde su dispositivo móvil. El personal de centros que operan bajo las marcas de NH Hotel Group, dispone también de una Guía Práctica y un documento de preguntas frecuentes.

NH Hotel Group ha habilitado un canal de denuncias que permite a empleados, directivos, miembros de los órganos de Administración, proveedores, clientes o cualquier grupo de interés, notificar de forma confidencial y sin temor a represalias cualquier incumplimiento del Código de Conducta. La dirección de correo electrónico del canal de denuncias está disponible en la web de NH Hotel Group y en la intranet y es gestionado por el Senior Vice President de Auditoría Interna.

Actualmente no hay ninguna investigación externa en curso contra NH Hotel Group relacionada con el Código de Conducta o asuntos relacionados con la corrupción.



Avani Avenida Liberdade
Lisboa, Portugal

DIFUSIÓN Y FORMACIÓN EN ÉTICA Y CONDUCTA

La Compañía cuenta con una herramienta de formación online para todos los empleados de NH Hotel Group con correo personalizado, a través de la cual se ponen a su disposición cursos online sobre distintas materias, con el fin de garantizar su correcta información, comprensión y consecuente cumplimiento. Entre las que se encuentran los siguientes cursos relacionados con el área de ética y conducta:

- Código de Conducta
- Prevención de Delitos Penales
- Reglamento General de Protección de Datos
- Prevención blanqueo de capitales y financiación del terrorismo
- Antifraude y corrupción

Todos los cursos de las materias citadas incluyen un examen que mide el grado de comprensión de los empleados. Asimismo, NH Hotel Group cuenta con un sistema de supervisión y control tanto para la elaboración de la información financiera (SCIIF) como para riesgos penales (MPD). Este sistema es auditado periódicamente.

Formación en compliance 2020

	Perímetro consolidado		Perímetro corporativo	
	Presencial	Online	Presencial	Online
Formación en Código de Conducta				
Número de empleados formados	-	812	-	1.078
Horas de formación	-	835	-	1.110
Formación en Modelo de Prevención de Riesgos Penales				
Número de empleados formados	-	124	-	145
Horas de formación	-	126	-	148
Formación en Prevención de Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo				
Número de empleados formados	-	1.441	-	1.815
Horas de formación	-	1.127	-	1.424
Formación en Antifraude				
Número de empleados formados	45	1.153	45	1.557
Horas de formación	90	609	90	898

Ananatara Sahara Tozeur Resort & Villas
Tunis, Túnez

TOLERANCIA CERO CON LA CORRUPCIÓN

NH Hotel Group dispone de una Política de Antifraude y Corrupción, así como de su Política para la prevención de Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo de aplicación para todos los empleados, directivos y miembros del Consejo de Administración de NH Hotel Group.

Adicionalmente, NH dispone de otros procedimientos internos, como la Política de Regalos, que actúan como medidas de prevención y herramientas de análisis masivo de datos que ayudan a la detección de transacciones sospechosas.

La Compañía realiza un seguimiento y un control continuo del cumplimiento de las políticas y procedimientos internos. En el Modelo de Prevención de Delitos se explicitan las medidas de “diligencia debida” establecidas por la Compañía, así como el procedimiento de investigación y respuesta ante la ruptura de estas, de acuerdo con la Ley en materia de responsabilidad penal de las personas jurídicas.

Como se ha indicado anteriormente, el Comité de Cumplimiento, ostenta la responsabilidad en la gestión de la prevención del delito y, por tanto, de la definición, implantación y supervisión del Modelo de Prevención de Delitos.

CIBERSEGURIDAD

En la actualidad, las incidencias en la seguridad de la información suponen uno de los principales riesgos a los que las empresas están expuestas. Por ello, en NH Hotel Group nos enfocamos en fortalecer los mecanismos y protocolos de seguridad informática, a través de políticas, normas, procedimientos y formación a los empleados.

En esta línea, la formación en ciberseguridad y RGPD está orientada a potenciar una cultura de seguridad de la información en la Compañía que servirá para establecer las bases de protección, tanto de nuestra información confidencial, como la de nuestros clientes, proveedores y otros grupos de interés.

La estrategia de NH Hotel Group en materia de ciberseguridad está en constante revisión en los comités que tiene el equipo de Dirección Ejecutiva que supervisa la estrategia de ciberseguridad de la empresa. Para lograr los objetivos planteados, se identifican y planifican una serie de iniciativas y medidas a implementar para mejorar las capacidades de seguridad de NH Hotel Group, así como prevenir y/o mitigar cualquier riesgo que pueda surgir.

Con motivo de la pandemia, ha crecido el teletrabajo y, por tanto, el uso de los dispositivos fuera del entorno seguro de las empresas. Desde NH Hotel Group se ha trabajado en una mayor monitorización de toda la red, con herramientas que permiten un mayor control de posibles accesos indebidos, así como en una fuerte concienciación a sus empleados y stakeholders, con el fin de minimizar el riesgo de ciberataques, algo que se ha visto incrementado durante la crisis sanitaria.





PRIVACIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS

En un sector tan competitivo como el hotelero, la experiencia del cliente es un factor crítico y diferencial para asegurar la satisfacción y fidelidad de nuestros clientes. NH Hotel Group tiene los mecanismos implantados para proteger la privacidad de los datos, sabiendo que es un aspecto clave para generar confianza.

Con motivo de la entrada en vigor de la nueva normativa en materia de protección de datos en 2018, NH Hotel Group ha continuado adecuando sus sistemas de gestión y control de los datos de carácter personal al Reglamento UE 679/2016 (RGPD) y la Ley 3/2018 (LOPDGDD). La voluntad de NH Hotel Group es tratar los datos personales de sus clientes, empleados y proveedores con las máximas garantías de respeto a su privacidad y siempre de acuerdo con las obligaciones legales aplicables.

Así, se ha llevado a cabo la actualización de los apartados de protección de datos de los avisos legales, tanto de las webs como de los documentos facilitados a los clientes. Igualmente, la Compañía ha implementado una serie de medidas que permiten hacer accesibles a los clientes estas políticas de privacidad y avisos legales en todo momento.

En el marco de esta adecuación, la Compañía ha implementado un sistema de información adicional que se encuentra a disposición de los clientes finales, para que puedan conocer cada uno de los tratamientos realizados por NH Hotel Group. Todo ello se recoge en la política de privacidad de NH Hotel Group a la que se puede acceder a través del siguiente link: <https://www.nh-hoteles.es/politica-privacidad>.

La seguridad está integrada de forma transversal en la Compañía, cubriendo perfiles de diferentes ámbitos de la operación para garantizar una gestión efectiva del riesgo, atendiendo a la sensibilidad y criticidad de cada entorno. Asimismo, se dispone de indicadores de riesgos sobre los principales asuntos de interés en materia de seguridad, que sirven para definir e implantar los planes de acción enfocados a reducir o eliminar las amenazas identificadas.

Adicionalmente, NH Hotel Group, tiene establecido varios buzones de correo electrónico, para la gestión, por un lado, de los derechos de protección de datos que son planteados, ya sean de clientes, trabajadores y/o proveedores, cuando se recogen datos de carácter personal, así como, un buzón de correo electrónico para notificar cualquier tipo de incidencia y/o queja que tenga relación con la materia de protección de datos. En concreto, este último buzón, se refiere al específicamente creado para el Delegado de Protección de Datos. En aquellos casos en los que es recibida una incidencia de seguridad al buzón el Delegado de Protección de Datos, se inicia un proceso de valoración de la notificación, a fin de conocer si tiene alcance en la materia de protección. En caso afirmativo, el incidente es remitido a los Departamentos de NH Hotel Group que puedan estar involucrados, a fin de valorar la necesidad de realizar alguna comunicación a alguna Autoridad de Control de Protección de Datos y/o a los interesados, que se hayan podido ver involucrados en la incidencia, dejando constancia por escrito de todo este proceso.

NH Hotel Group, como entidad española, tiene establecida como Autoridad de Control en materia de protección de datos, la Agencia Española de Protección de Datos, con la que se relaciona de manera habitual, a través de la Sede Electrónica de esta entidad.

Por lo que respecta a los trabajadores de la Compañía, como usuarios de los datos de carácter confidencial que son, se realizan formaciones obligatorias en materia de protección de datos, a fin de que puedan conocer cómo realizar el tratamiento de datos conforme a la normativa. Esta formación, se realiza al inicio de la relación con la Compañía, dejando registro de esta formación y, supervisada por el Departamento de Recursos Humanos.

Como ya se ha indicado, NH Hotel Group, cuenta con la figura del Delegado de Protección de Datos, que entre sus funciones, se encuentra no sólo para cumplir con los requerimientos de la nueva normativa, sino para garantizar, entre otras funciones, que los derechos de los clientes en materia de protección de datos son siempre tratados por la organización de acuerdo con los principios establecidos en la nueva normativa, así como ser punto de contacto de toda la Compañía, a fin de resolver cualquier duda que pueda surgir en relación con la materia de protección de datos. Finalmente, NH Hotel Group ha continuado en 2020 con el proyecto de mejora en relación con la calidad de los datos dentro de la organización.

NH Hotel Group ha integrado en su modelo de cumplimiento los controles relacionados con el cumplimiento de esta normativa. En consecuencia, los departamentos de gestión de riesgos y de IT son los responsables en última instancia de supervisar estos controles, de recibir cualquier comunicación relacionada con la privacidad de la información e informar periódicamente al Comité de Auditoría y Cumplimiento y al Consejo de Administración.

El cumplimiento del Grupo se supervisa mediante auditorías periódicas que garantizan que NH Hotel Group cumpla plenamente los requisitos definidos en la legislación sobre privacidad, con especial atención al Reglamento General de Protección de Datos (RGPD).

El mapa de riesgos de NH Hotel Group tiene un pilar denominado “cumplimiento” vinculado a Privacidad de datos (RGPD) y Seguridad de la información con distintas medidas de gestión y control como:

- Revisión y actualización periódica de la matriz de riesgos.
- Procedimientos de “Privacidad por diseño”.
- Creación de la Oficina de Protección de Datos con el apoyo de asesores especializados.
- Formación de RGPD para los empleados.
- Existencia de un canal de denuncias de posibles violaciones de la seguridad relacionadas con la protección de datos.
- Existencia de un plan de recuperación en caso de catástrofe.

Además, NH Hotel Group dispone de un procedimiento de respuesta ante incidencias en los sistemas de información, que incluyen roles y responsabilidades, pasos a seguir para la restauración del funcionamiento de equipos y sistemas, tiempos de recuperación, etc.

1.602 horas de formación en privacidad y protección de datos

Hasta la fecha, no se ha realizado ninguna apertura de procedimiento sancionador que pueda derivar en una sanción económica para la Compañía motivado por una brecha de seguridad, que tenga trascendencia en protección de datos.

RELACIÓN CON GOBIERNOS Y POLICY INFLUENCE

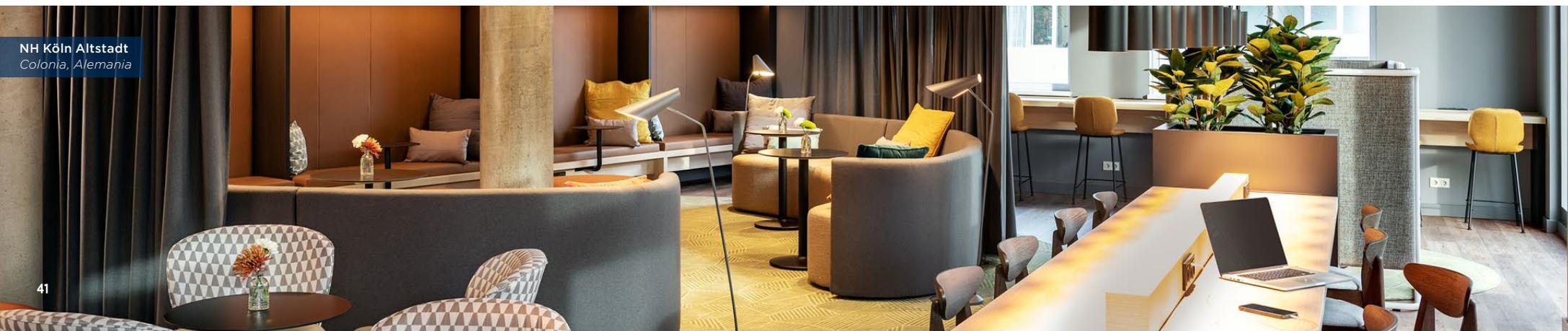
La Compañía gestiona su negocio de acuerdo con los valores corporativos, su marco ético y de conducta, además de garantizar el estricto cumplimiento de la legalidad vigente en cada país.

En relación con los gobiernos locales, siempre actúa con independencia de cualquier poder político, manteniendo la transparencia con las diferentes instituciones públicas y administrativas.

Durante el ejercicio 2020 NH Hotel Group ha recibido diferentes subsidios de los Gobiernos para compensar las medidas restrictivas tomadas para paliar los efectos del Covid. El importe total por subsidios registrado en el ejercicio ha ascendido a 58,8 millones de euros que corresponde a gastos de personal 36,9 millones de euros, seguridad social 15,8 millones de euros y otros conceptos por importe de 6 millones de euros.

NH Hotel Group se caracteriza por una absoluta neutralidad política. La Compañía no realiza contribuciones económicas o en especie a partidos políticos o a candidatos electorales.

NH Hotel Group sí forma parte de organizaciones sectoriales o de fundaciones vinculadas al desarrollo de su actividad o al área geográfica en la que opera. A través de su presencia en estas organizaciones, la Compañía aspira a contribuir al progreso y al desarrollo de los lugares en los que está presente. Más información disponible en el Capítulo NH ROOM4 Responsible Shared Success: Alianzas Sostenibles.



NH Köln Altstadt
Colonia, Alemania



PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS

El principio de respeto y protección de los Derechos Humanos está integrado en la cultura de NH Hotel Group y se aplica en las actividades desarrolladas a través de todos sus profesionales, con independencia del país o región donde lleven a cabo su actividad. La Compañía se compromete con el cumplimiento de los Derechos Humanos y trabaja para prevenir y gestionar los riesgos asociados a su vulneración. La presencia internacional de NH Hotel Group en países en los cuales la defensa de los derechos humanos necesita ser impulsada nos lleva a ser transmisores del concepto y a asegurar marcos de relación y gestión en los que su defensa quede garantizada.

INICIATIVAS PARA LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS

NH Hotel Group desarrolla su actividad en un marco de compromiso con la sociedad y el entorno en el que opera, y por ello asume el contenido de los acuerdos y convenios, nacionales e internacionales, comprometiéndose a su promoción y cumplimiento. Estos compromisos evitarán, o en su caso, mitigarán las consecuencias negativas que pudieran ocasionar sobre los Derechos Humanos las propias actividades.

Los compromisos adquiridos al suscribir estos acuerdos internacionales guían la conducta de todos los empleados que integran la Compañía.

Entre estos códigos asumidos voluntariamente por la Compañía, destacan la adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas (UN Global Compact), el apoyo y contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y el Código Ético Mundial para el Turismo, aprobado en 1999 por la Asamblea de la Organización Mundial del Turismo (OMT) de Naciones Unidas. Este código está formado por 10 principios diseñados para guiar a los principales actores del desarrollo turístico, aspirando a ayudar a maximizar los beneficios del sector, minimizando a la vez su impacto en el medio ambiente, el patrimonio cultural y las comunidades locales.

El Grupo ha formado parte hasta 2020 de Sustainable Hospitality Alliance, antigua International Tourism Partnership (ITP), una plataforma mundial para empresas líderes del sector hotelero que comparten un compromiso común con la responsabilidad social y la sostenibilidad. Esta organización establece cuatro objetivos principales entre los que se encuentra la protección y promoción de los Derechos Humanos, meta que suscribe y apoya NH Hotel Group.

La Compañía rechaza cualquier actividad turística que pueda suponer agresión a los derechos humanos o a la dignidad de las personas, con especial atención a los menores de edad. Por ello, en esta línea, en septiembre de 2012, NH Hotel Group se adhirió al ECPAT (End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes) para la protección de los niños, niñas y adolescentes contra la explotación sexual en el turismo, promovido asimismo por la OMT y UNICEF.

POLÍTICA DE DERECHOS HUMANOS DE NH HOTEL GROUP

Como muestra de este compromiso, el 29 de julio del 2020 el Consejo de Administración aprobó la Política de Derechos Humanos de NH Hotel Group, documento que recoge todos los planteamientos y compromisos asumidos por la Compañía en esta materia.



Las relaciones entre todos los grupos de interés a los que aplica la Política deben basarse siempre en el respeto a la dignidad y no discriminación de las personas. La Compañía rechaza cualquier conducta, comportamiento o acción tendente a fomentar, promover o incitar, directa o indirectamente, al odio, hostilidad, discriminación o violencia contra un grupo, por motivos racistas u otros referentes a la ideología, religión o creencias, situación familiar, pertenencia de sus miembros a una etnia, raza o nación, su origen nacional, género, orientación o identidad sexual, por razones de género, enfermedad o discapacidad.

NH Hotel Group prohíbe enérgicamente la realización de cualquier tipo de acto hostil o humillante contra las personas, el abuso de autoridad y cualquier tipo de acoso, ya sea de tipo físico o psicológico, así como cualquier otra conducta que pueda generar un entorno de trabajo intimidatorio, ofensivo u hostil para las personas. No se tolera, asimismo, ningún tipo de empleo infantil o trabajo forzado.

Por otro lado, la Compañía reconoce que el principio de igualdad de trato y oportunidades para los destinatarios del Código de Conducta es un principio inspirador de las políticas de Recursos Humanos y se aplica tanto a la contratación de empleados como a la formación, las oportunidades de carrera o los niveles salariales, así como los demás aspectos de la relación laboral de los empleados.

El Código de Conducta prohíbe, además, la imposición a los empleados de condiciones laborales y de seguridad que perjudiquen, supriman o restrinjan los derechos que tengan reconocidos por disposiciones legales, convenios colectivos o contrato individual. No se permite ninguna forma de tráfico ilegal de mano de obra, ni de emigración fraudulenta, y se respetará siempre la legislación de extranjería y sobre la entrada y tránsito de extranjeros.

El Código recoge explícitamente, asimismo, que no se limitará indebidamente el ejercicio de los derechos de manifestación, asociación, sindicación y negociación colectiva en el marco de las normas reguladoras de cada uno de estos derechos fundamentales, y de conformidad con las leyes y prácticas internacionales, en particular, la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas y los principios que proclama la Organización Internacional del Trabajo.

CUMPLIMIENTO EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS

Como se ha explicado anteriormente, y con el fin de garantizar el cumplimiento de la Política de Derechos Humanos, el departamento de Auditoría Interna se encarga de supervisar los principios de actuación y las normas recogidas en la Política y, por tanto, es responsable de analizar cualquier irregularidad relacionada con la misma.

NH Hotel Group tiene disponible un canal de denuncias, con el objetivo de facilitar la denuncia ante cualquier posible irregularidad, incumplimiento o comportamiento contrario a la ética, la legalidad y las normas o principios que rigen en la Compañía.

Las posibles vulneraciones de los Derechos Humanos se gestionan mediante el Departamento de Auditoría Interna, responsable de la gestión del Canal de Denuncias del Grupo (codeofconduct@nh-hotels.com).

Además, la Compañía tiene habilitado un canal de comunicación externo específico para notificar, tramitar y gestionar las denuncias de proveedores (codeofconduct@coperama.com). El procedimiento de notificación y tratamiento de posibles incumplimientos y denuncias del Código de Conducta será administrado por el Senior Vice President de Auditoría Interna del Grupo.

Al igual que en 2019, durante 2020 no se ha registrado ninguna denuncia ni incumplimiento en relación con una posible vulneración de los Derechos Humanos.

DEBIDA DILIGENCIA DE LOS DERECHOS HUMANOS

Durante el primer semestre de 2020, como parte de la estrategia corporativa, NH Hotel Group inició un proyecto de Gestión de Riesgos en Derechos Humanos que se ha implementado en diferentes fases:

- En la primera fase, se ha llevado a cabo un proceso para identificar los riesgos de derechos humanos inherentes a sus operaciones globales; y la posterior publicación la política que incluye el compromiso de respetar y proteger los derechos identificados en la empresa.
- En la segunda fase, se ha elaborado una Guía corporativa en debida diligencia para los Derechos Humanos, como herramienta de apoyo en la aplicación del Protocolo en todas las operaciones de la compañía. Esta Guía servirá como instrumento para aumentar el control y la eficiencia de los procesos, mitigar el riesgo de dañar la reputación y favorecer el correcto posicionamiento público de la compañía.
- Próximos pasos para la protección de los Derechos Humanos: Durante 2021 NH Hotel Group trabajará en el proceso de debida diligencia del Grupo, para identificar los potenciales impactos en los Derechos Humanos en la cadena de valor.



Fruto de este compromiso, se identificarán y monitorizarán en el mapa de riesgos de la Compañía los riesgos en materia de Derechos Humanos, para poder traccionar procesos de mitigación o resolución oportunos. Con esta iniciativa se identificarán y evaluarán las situaciones y actividades con mayor riesgo (directo o indirecto) de impactar de forma negativa sobre estos derechos.



GESTIÓN DE RIESGOS



GESTIÓN DE RIESGOS

La gestión de riesgos forma parte de la cultura de NH Hotel Group y se integra de forma transversal en las operaciones de la Compañía.

GOBIERNO DE LA GESTIÓN DE RIESGOS

El Consejo de Administración de la Compañía es el órgano responsable de la supervisión del sistema de gestión de riesgos, de conformidad con lo establecido en el artículo 5 del Reglamento del Consejo de Administración.

Tal y como se regula en el artículo 25 b) Apartado 3 del Reglamento del Consejo de Administración de la Sociedad, la Comisión de Auditoría y Control apoya al Consejo de Administración en la supervisión de la eficacia del control interno, la auditoría interna y los sistemas de gestión de riesgos, incluidos los fiscales. En este sentido, como en años anteriores, en 2020, la Comisión de Auditoría y Control ha supervisado y validado la actualización del Mapa de Riesgos y la correcta implantación de los planes de acción que contribuyen a mitigar total o parcialmente los riesgos principales.

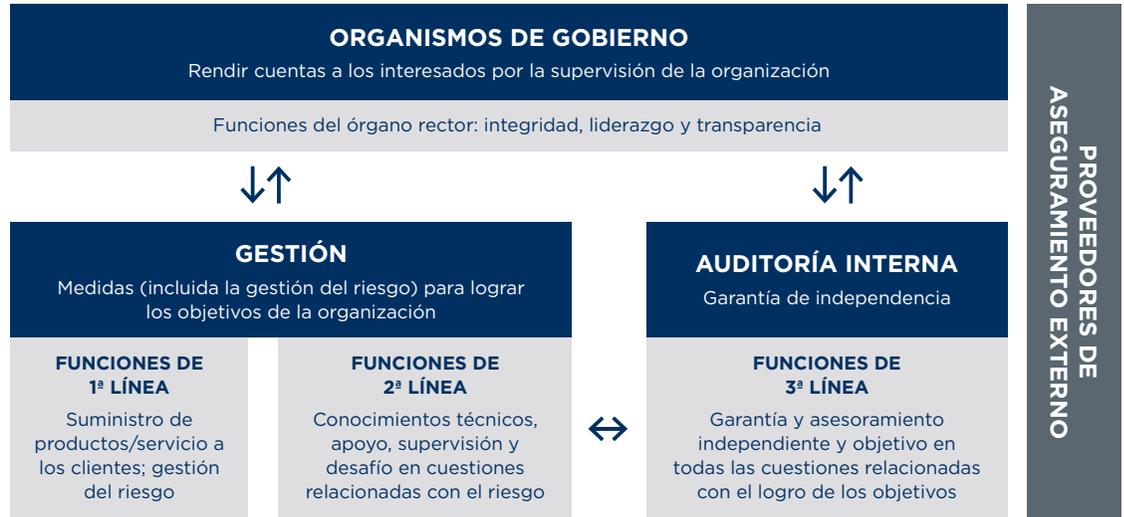
Por otra parte, el Comité de Dirección de la Compañía tiene, entre otras funciones, la gestión y control de los riesgos en función de la tolerancia al riesgo, la asignación de la titularidad de los principales riesgos, el seguimiento periódico de la evolución de estos, la identificación de acciones de mitigación, así como la definición de planes de respuesta. A estos efectos, el Comité Ejecutivo de Riesgos, formado por miembros del Comité de Dirección y Altos Ejecutivos, apoya al Comité de Dirección en dicha supervisión, así como promueve una cultura de riesgos en la Compañía. Para ellos la Compañía dispone de un manual interno de gestión de riesgos que detalla los principios, procesos y controles en vigor.

La función de Gestión de Riesgos, integrada en el departamento de Auditoría Interna, se encarga de velar por el correcto funcionamiento del sistema de control y gestión de riesgos en la Compañía y su vinculación a los objetivos estratégicos.

Para garantizar que no existen conflictos de independencia y que el sistema de control y gestión de riesgos de NH funciona tal y como está previsto en la Política Corporativa de Gestión de Riesgos, un tercero independiente revisa periódicamente su funcionamiento.

Además, como garantía de independencia, la función de Gestión de Riesgos es independiente de las Unidades de Negocio y, al igual que el departamento de Auditoría Interna, mantiene una dependencia funcional de la Comisión de Auditoría y Control.

En línea con lo anterior, NH Hotel Group sigue el modelo de las Tres Líneas actualizado en Julio 2020 por el Institute of Internal Auditors (IIA) a nivel mundial.



- Primera línea: realizada por las funciones (unidades de negocio y corporativas) propietarias de los riesgos y de su gestión (Operaciones, Comercial, Marketing, etc.).
- Segunda línea: realizada por las funciones encargadas de la supervisión de los riesgos (Gestión de Riesgos, Cumplimiento, Protección de Datos, Control Interno, etc.).
- Tercera línea: realizada por la función de auditoría interna que proporciona aseguramiento independiente.

La Política Corporativa de Gestión de Riesgos de NH Hotel Group (aprobada en 2015 por el Consejo de Administración), así como el manual interno que la desarrolla, tiene como objetivo definir los principios básicos y el marco general de actuación para la identificación y control de riesgos de toda naturaleza que puedan afectar a las sociedades sobre las que NH Hotel Group tiene un control efectivo, así como asegurar el alineamiento con la estrategia de la Compañía.

Además, existen una serie de políticas específicas que complementan la Política de Corporativa de Gestión de Riesgos y que se encuentran establecidas en relación con determinados riesgos:

Política de compras	Política antifraude y corrupción
Política de viajes	Política de prevención de blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo
Política de Medio Ambiente y Energía	Política de Responsabilidad Corporativa
Política de seguridad de la información	Política de deuda financiera
Política de crédito corporativa	Código de Conducta
Política fiscal corporativa	Reglamento Interno de Conducta (RIC)
Política de regalos corporativa	Política de Derechos Humanos
Política de Comunicación con accionistas e inversores	



nhow London
Londres, Reino Unido

MODELO DE GESTIÓN DE RIESGOS

El modelo de gestión de riesgos de NH Hotel Group, que se encuentra desplegado tanto en la sede corporativa del Grupo como en las Unidades de Negocio, tiene por objeto la identificación de aquellos eventos que puedan afectar negativamente a la consecución de los objetivos del Plan Estratégico de la Compañía, obteniendo el máximo nivel de garantía para los accionistas y grupos de interés y protegiendo los ingresos del grupo, así como su reputación, en el corto, medio y largo plazo.

El modelo establecido para la gestión de riesgos está basado en el marco integrado de Gestión de Riesgos Empresariales COSO ERM 2017 (Enterprise Risk Management), y comprende un conjunto de metodologías, procedimientos y herramientas de soporte que permiten a NH Hotel Group:

- Adoptar un adecuado gobierno en relación con la gestión de riesgos en la Compañía, así como promover una cultura de gestión de riesgos apropiada.
- Asegurar que los objetivos que se definen en la Compañía están alineados con su estrategia y su perfil de riesgo.
- Identificar, evaluar y priorizar los riesgos más relevantes que pudieran afectar a la consecución de los objetivos estratégicos. Identificar medidas de mitigación de dichos riesgos, así como establecer planes de acción en función de la tolerancia al riesgo de la Compañía.
- Seguir periódicamente los planes de acción establecidos para los riesgos principales, en el marco de un modelo de mejora continua.
- Reportar periódicamente el estatus de los riesgos principales y sus planes de acción a los principales órganos de gobierno de la Compañía.



CATEGORÍAS DE RIESGOS Y PROCESO DE IDENTIFICACIÓN, SUPERVISIÓN Y MONITORIZACIÓN

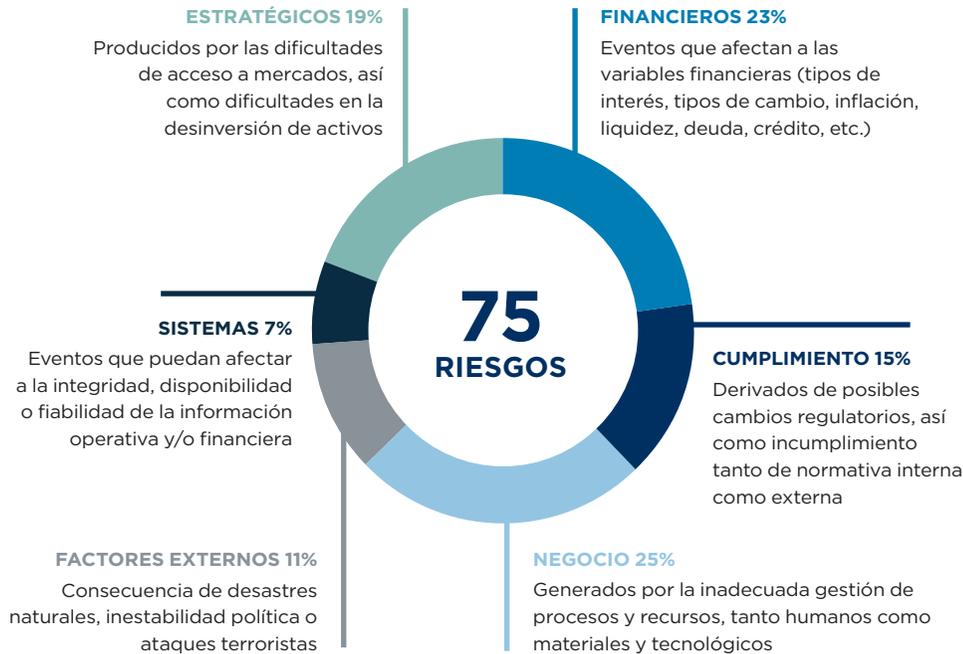
El Mapa de Riesgos del Grupo es actualizado con carácter anual y aprobado por el Consejo de Administración, previa revisión y validación por parte de la Comisión de Auditoría y Control. En 2020, la Compañía ha actualizado su Mapa de Riesgos mediante un proceso en el que 22 Altos Ejecutivos de todos los Departamentos identificaron y evaluaron los principales riesgos a los que se enfrenta la Compañía. Dicho Mapa fue aprobado por el Consejo de Administración en su reunión del 29 de julio de 2020.

Para los principales riesgos del Mapa de Riesgos, la Comisión de Auditoría y Control recibe periódicamente el estado de implantación de los planes de acción acordados previamente.

De forma adicional, cada uno de los principales riesgos del Mapa de Riesgos de la Compañía es asignado a un gestor de riesgos ("Risk Owner"), que a su vez es miembro del Comité de Dirección.

Anualmente, con motivo de la actualización del Mapa de Riesgos, la función de Gestión de Riesgos se encarga de reevaluar el catálogo de riesgos, tanto financieros como no financieros. El catálogo definitivo es validado con los Altos Ejecutivos que participan en el proceso, así como con los órganos que participan en su validación (Comité de Dirección, Comité Ejecutivo de Riesgos y Comisión de Auditoría y Control) y aprobación (Consejo de Administración). De forma adicional, durante el año los gestores de riesgos pueden reportar/sugerir un nuevo riesgo a la Oficina de Riesgos si lo estimen necesario.

A continuación, se muestran las seis categorías de riesgos en las que se clasifican los riesgos a los que está expuesto NH Hotel Group:



En línea con la metodología COSO, NH Hotel Group utiliza los conceptos de riesgo inherente y residual. Se entiende como riesgo inherente el nivel de riesgo existente sin tener en cuenta el efecto de mitigación de los controles implantados en la Compañía. Sin embargo, el riesgo residual sí tiene en cuenta el efecto de estos controles mitigantes, por lo que se conoce como el nivel de riesgo que persiste tras aplicar todas las medidas de control que existen en NH.

RIESGOS ESG

De los 75 riesgos de los que consta el catálogo de riesgos de la Compañía, se ha llevado a cabo un análisis para identificar aquellos relacionados con criterios ESG (Environmental, Social and Governance).

Así, se ha determinado que 24 de 75 riesgos, un 32% del total de riesgos, tienen que ver con criterios Sociales, Medioambientales y de Gobierno Corporativo. La mayor parte de ellos se encuentra en las categorías de riesgos "Negocio" y "Cumplimiento".

FACTORES DE RIESGO Y MEDIDAS DE CONTROL Y GESTIÓN

TENDENCIA DEL RIESGO (TR)


Aumento



Estable



Descenso

CATEGORÍA	EVENTO DE RIESGO	DESCRIPCIÓN DEL RIESGO	TR	MEDIDAS DE CONTROL Y GESTIÓN
Negocio	Legislación laboral/ convenios colectivos	Nueva legislación en materia laboral o cambios en las condiciones de los convenios colectivos, así como las diferentes interpretaciones que se puedan realizar de la legislación podrían tener un impacto significativo y afectar a las condiciones financieras y a los resultados del negocio.	↑	<p>Presencia en asociaciones del sector turismo.</p> <p>Presencia en comités de expertos del sector.</p> <p>Relaciones institucionales con diversos organismos.</p> <p>Presencia de personal especializado de RRHH en la negociación de convenios colectivos.</p> <p>Colaboración con consultores especializados en RRHH.</p>
Estratégicos	Canales de distribución (internos y externos) y maximización de ADR (Average Daily Rate)	<p>Las agencias de viaje online (“OTAs” en inglés) y los distribuidores continúan ganando cuota de mercado y NH debe poner en marcha medidas para contrarrestarlo incrementando las ventas por canales directos (Hotel, Web, Central de Reservas) o renegociando las comisiones de las OTAs.</p> <p>La pérdida del control sobre el precio de los canales directos frente a otros canales de distribución también debe ser considerado dada la liberalización de herramientas y tecnologías de scraping/crawling en distribución y precio.</p> <p>Por último, es necesario asegurar que los proyectos relativos a la fijación de precios no se demoren para que NH pueda maximizar el ADR (Average Daily Rate) neto. También se debe considerar la capacidad para negociar condiciones comerciales.</p>	↑	<p>Existencia de un Comité de Revenue Management.</p> <p>Proceso optimizado de presupuestación.</p> <p>Análisis periódico de resultados vs presupuesto y definición de planes de acción.</p> <p>Proceso de control sobre las comisiones de intermediarios.</p> <p>Política corporativa de comisiones.</p> <p>Definición de un Plan Estratégico orientado a potenciar las ventas por canales directos (Hotel, Web, Central de Reservas).</p> <p>Programa de fidelización NH Rewards.</p> <p>Análisis de la competitividad de precios (paridad de precios vs agencias de viaje online (“OTAs” en inglés) y distribuidores.</p> <p>Herramientas tecnológicas para mejorar la fijación de precios y la gestión de ingresos.</p> <p>Cálculo optimizado del ADR neto empleando técnicas de Inteligencia de Negocio (Business Intelligence).</p> <p>Estrategia de diversificación de OTAs y renegociación de costes de intermediación.</p> <p>Análisis periódico de resultados de los competidores por mercado usando informes externos.</p>
	Dependencia del segmento urbano y de negocios	Cualquier cambio en los patrones en este segmento afectará a la Compañía con posibilidad limitada de mitigar el efecto con otros segmentos.	↑	<p>Existencia de un Comité de Expansión.</p> <p>Implementación de la Oficina de Integración con Minor International (accionista de referencia).</p> <p>Asistencia periódica a conferencias de inversión en el sector hotelero.</p> <p>Organización de encuentros periódicos con posibles inversores en desarrollo de proyectos hoteleros.</p>
	Incapacidad para encontrar crecimiento adicional	Incapacidad de encontrar vías de crecimiento adicionales que permitan un crecimiento sostenible y resiliente que garantice el futuro de la Compañía. NH debe ser capaz de desarrollar y ejecutar un Plan de Expansión/Crecimiento adecuado para contrarrestar la reacción de los competidores y garantizar un crecimiento continuo.	↔	<p>Existencia de un proceso documentado sobre expansión (contratos de alquiler y gestión).</p> <p>Definición de un Plan Estratégico orientado a potenciar el crecimiento de la Compañía por área geográfica, tipo de contrato, marcas, segmentos, etc.</p> <p>Implementación de la Oficina de Integración con Minor International (accionista de referencia).</p>
Cumplimiento	Privacidad de datos (GDPR)	Posibles incumplimientos del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD), unido a la incertidumbre relativa al comportamiento y a la actitud del regulador ante potenciales brechas de privacidad, podrían comprometer los objetivos de la Compañía. Además, los costes y riesgos derivados de una inadecuada gestión y protección de los datos se incrementan a medida que las Compañías se enfrentan a brechas de seguridad cada vez más avanzadas.	↑	<p>Revisión y actualización periódica de la matriz de actividades de tratamiento de datos para cada sociedad del Grupo NH.</p> <p>Procedimientos de “privacidad desde el diseño”.</p> <p>Creación de la Oficina de Protección de Datos apoyada por asesores especializados.</p> <p>Formación online de RGPD para todos los empleados.</p> <p>Existencia de una herramienta informática para comunicar posibles brechas de seguridad relacionadas con protección de datos.</p> <p>Existencia de un Plan de Recuperación de Desastres.</p>

FACTORES DE RIESGO Y MEDIDAS DE CONTROL Y GESTIÓN

TENDENCIA DEL RIESGO (TR)



Aumento



Estable



Descenso

CATEGORÍA	EVENTO DE RIESGO	DESCRIPCIÓN DEL RIESGO	TR	MEDIDAS DE CONTROL Y GESTIÓN
Financieros	Cambios en los estándares contables	Nuevas normas y regulaciones contables (p.ej. IFRS16, IAS29), así como interpretaciones variadas de las normativas contables en vigor podrían tener un impacto significativo en los estados financieros de la Compañía.	↔	Implantación de una herramienta informática de gestión de contratos que cubre la normativa IFRS16. Asesoramiento especializado en nuevas normativas. Asistencia periódica a conferencias sobre cambios en normativas contables impartidas por asesores especializados (firmas de auditoría externa). Evaluación interna de los posibles impactos de las nuevas regulaciones contables. Cursos de formación sobre nuevas normativas contables para el personal interno correspondiente.
	Efectos adversos del tipo de cambio	NH opera en países sujetos a la fluctuación de los tipos de cambio (México, Colombia o Argentina) por lo que los resultados financieros podrían verse impactados.	↔	Monitorización periódica del impacto del tipo de cambio de las principales monedas locales. Planes específicos de repatriación de caja en moneda local a moneda fuerte (p.ej. USD). Estrategias específicas de gestión del efecto de tipo de cambio por país (p.ej. dolarización de ingresos).
	Efectos adversos de la tasa de inflación	NH opera en países como México, Colombia o Argentina en los que los resultados pueden verse impactados debido a las fluctuaciones de la tasa de inflación. Además, algunas de estas economías son hiperinflacionarias por lo que NH debe monitorizar el efecto de la inflación en los costes operativos más relevantes (p.ej. rentas y salarios).	↑	Seguimiento periódico de las negociaciones de convenios colectivos. Análisis y revisión de las principales fuentes de coste operativo (limpieza de pisos, restauración, energía, agua, etc.). Monitorización de la correcta aplicación de la normativa IAS29 debido a la hiperinflación en Argentina.



NH Collection Royal Medellín
Medellín, Colombia

FACTORES DE RIESGO Y MEDIDAS DE CONTROL Y GESTIÓN

TENDENCIA DEL RIESGO (TR)

 Aumento
  Estable
  Descenso

CATEGORÍA	EVENTO DE RIESGO	DESCRIPCIÓN DEL RIESGO	TR	MEDIDAS DE CONTROL Y GESTIÓN
Factores externos	Cambio de ciclo económico	La contracción de la economía global (o niveles bajos de crecimiento económico) podrían afectar negativamente a los ingresos y a la rentabilidad de NH, así como ralentizar el crecimiento futuro de la Compañía.		Definición de un Plan Estratégico Comercial orientado a la diversificación y fortalecimiento de segmentos. Proyectos de optimización operativa y eficiencia. Estrategia de Reposicionamiento de Activos.
	Riesgos geopolíticos (terrorismo e inestabilidad política)	NH opera en países en los que existe riesgo de sufrir ataques terroristas. Esto podría provocar una reducción en las ventas debido al "efecto pánico" en el turismo. Podría impactar en los patrones de viaje/turismo a las áreas afectadas y suponer un incremento en los costes de primas de seguros y en seguridad. La ocurrencia de un atentado terrorista podría ocasionar daños en una o más propiedades de NH cuyo valor no se encuentra totalmente cubierto por la póliza de seguros en vigor. NH también opera en ciertos países sujetos a inestabilidad o incertidumbre política que podría afectar a las decisiones de negocio o a los resultados financieros (p. ej. Brexit, España/Cataluña, Italia, México, etc.). Esto también incluye el posible impacto de la Ley Helms-Burton sobre posibles demandas contra NH in tribunales de EE. UU. (Cuba, Sotocaribe, etc.).		Existencia de un protocolo de comunicación en caso de crisis. Existencia de un Plan de Continuidad de Negocio y de un Plan de Recuperación de Desastres. Análisis trimestral de la situación económica y geopolítica en las regiones en las que opera NH y evaluación del impacto en las operaciones de la Compañía. Existencia de un Comité Ejecutivo de Riesgos. Política que cubre el corto plazo tras un atentado terrorista. Proceso documentado de Gestión de Riesgos y Seguros.
	Nuevos competidores en el sector turismo	El uso y la popularidad de los proveedores de economía colaborativa, por ejemplo, Airbnb, ha crecido enormemente en los últimos años. Estas compañías compiten contra los proveedores tradicionales de alojamiento como hoteles u hostales y podrían impactar en la demanda de clientes hacia estos alojamientos tradicionales o incluso forzar a los modelos de alojamiento tradicionales a modificar su modelo de negocio o su estructura de costes para competir de manera efectiva. También se debe considerar la incertidumbre en el comportamiento y la actitud del regulador hacia estos nuevos modelos de alojamiento. Por otra parte, NH se encuentra sujeta a una intensa competición por parte de otras cadenas hoteleras, así como por operadores hoteleros especialistas o independientes. El incremento de la oferta hotelera en algunas de las principales ciudades en las que opera NH, así como la creación de nuevos modelos de negocio o el reposicionamiento de hoteles son ejemplos de iniciativas por parte de los competidores. Por último, grandes concentraciones de mercado debido a fusiones y adquisiciones podrían amenazar la cuota de mercado de NH.		Presencia en asociaciones locales y/o nacionales del sector turismo. Presencia en comités de expertos del sector. Relaciones institucionales con diversos organismos. Proyectos piloto con herramientas tecnológicas para monitorizar los resultados de los proveedores de economía colaborativa en las principales ubicaciones urbanas en las que tiene presencia la Compañía. Iniciativas operativas orientadas a atraer familias a los alojamientos de NH.

FACTORES DE RIESGO Y MEDIDAS DE CONTROL Y GESTIÓN

TENDENCIA DEL RIESGO (TR)


Aumento



Estable



Descenso

CATEGORÍA	EVENTO DE RIESGO	DESCRIPCIÓN DEL RIESGO	TR	MEDIDAS DE CONTROL Y GESTIÓN
Sistemas	Ciberataques	<p>El número de ciberataques continúa incrementándose de manera significativa a medida que los ataques se vuelven más sofisticados y los métodos de ataque se diversifican. El daño derivado de estos incidentes puede resultar en pérdidas financieras o en pérdida de propiedad intelectual, lo cual hace necesario reforzar las actuales estrategias de mitigación de ciber riesgos.</p> <p>Los ciberataques podrían ocasionar una pérdida de información sensible de negocio o de clientes (incluyendo datos de tarjetas de crédito), interrupciones de negocio, litigios derivados de interrupción de sistemas, así como otros costes y responsabilidades.</p>		<p>Existencia de una Política de Seguridad corporativa.</p> <p>Pruebas periódicas de intrusión para detectar vulnerabilidades en los sistemas y comunicaciones.</p> <p>Medidas de seguridad perimetral.</p> <p>Análisis periódico de malware, virus, etc.</p> <p>Campañas de concienciación en ciberseguridad.</p> <p>Formación online de ciberseguridad para todos los empleados.</p> <p>Sistema de Gestión de la Seguridad de la Información basado en estándares internacionales.</p> <p>Auditoría anual por parte de un externo del cumplimiento de la normativa PCI-DSS.</p>
	Incapacidad para estar al día en tecnología	<p>Las operaciones actuales de NH y su infraestructura tecnológica podrían no ser capaz de cumplir con las expectativas de rendimiento en relación con la calidad, operativa de negocio, coste e innovación tan bien como nuestros competidores, especialmente aquellos competidores que han “nacido en la era digital” y con una estructura de costes reducida para sus operaciones, o incluso competidores con una larga trayectoria y con unas operaciones superiores.</p> <p>Por ello, NH necesita mantenerse actualizado en cuanto a desarrollos tecnológicos necesarios para soportar adecuadamente sus operaciones y su negocio y competir de manera efectiva.</p> <p>Por último, también se debe tener en cuenta la incapacidad de los sistemas y procesos de NH para cumplir con las demandas y la velocidad de crecimiento de la Compañía, así como la dificultad de disponer de los recursos necesarios para afrontarlo.</p>		<p>Existencia de controles periódicos para monitorizar el rendimiento de las plataformas tecnológicas de NH.</p> <p>Análisis recurrente para garantizar que las versiones de los sistemas se mantienen actualizadas.</p> <p>Asistencia a eventos y reuniones con proveedores y consultores especializados para estar al tanto de novedades tecnológicas.</p> <p>Análisis de requerimientos de negocio y tecnológicos y coordinación entre departamentos en proyectos de integración de hoteles en el portfolio.</p> <p>Análisis de rendimiento del proceso de reservas de clientes en la Web de NH y en la aplicación móvil.</p> <p>Revisión recurrente del tiempo de carga de la Web de NH en dispositivos móviles y de sobremesa.</p> <p>Iniciativa FastPass, combinación de tres innovadores servicios: Check-in Online, Choose Your Room y Check-out Online.</p> <p>Existencia de un Plan de Evolución Digital (DER).</p>
	Caídas de SAP/Web	<p>NH se encuentra en la actualidad operando con sistemas SAP tanto en el back-office como en el front-office. Si se produce una caída en SAP, NH podría no ser capaz de facturar a sus clientes o NH podría detener la actividad del departamento de administración. Además, los ingresos de NH dependen del éxito y la disponibilidad de la Web.</p>		<p>Existencia de un proceso documentado que detalla las tareas y acciones a realizar a nivel operativo en caso de caídas (planificadas o no planificadas) del sistema para mitigar el impacto en la operación.</p> <p>Las medidas ya detalladas anteriormente para el riesgo de ciberataques (pruebas de intrusión, seguridad perimetral, análisis de malware y virus, etc.).</p>

RIESGOS EMERGENTES Y NUEVOS DESAFÍOS

Los riesgos emergentes son riesgos que se prevé que tengan un impacto significativo en las operaciones y, por tanto, en los resultados financieros de la Compañía en el futuro a largo plazo (de 3 a 5 o más años), si bien puede ser que en algunos casos ya hayan comenzado a impactar al negocio de NH Hotel Group en la actualidad.

Por ello, durante el proceso periódico de supervisión y monitorización de riesgos en el Comité Ejecutivo de Riesgos y en la Comisión de Auditoría y Control, así como durante el proceso anual de identificación y evaluación de riesgos, la Compañía cuenta con los mecanismos adecuados para garantizar que los riesgos emergentes y nuevos desafíos son tomados en consideración y se les da una respuesta apropiada. El resultado último de este análisis se plasma en el Mapa de Riesgos corporativo que es presentado anualmente al Consejo de Administración para su aprobación.

De forma adicional, los gestores de riesgos pueden informar en cualquier momento acerca de riesgos emergentes o nuevos riesgos que se detecten para que la Oficina de Riesgos proceda a su análisis y consideración.

A continuación, indicamos los riesgos emergentes que la Compañía ya ha detectado y sobre los que se trabaja en su seguimiento y análisis, valoración de impacto y mitigación:

RIESGOS EMERGENTES CONSIDERADOS EN 2020



Riesgos relacionados con patrones sociales de comportamiento | Economía colaborativa, preferencias cambiantes de los clientes, cambios demográficos

Ante los cambios en los comportamientos de los consumidores (con un cambio hacia opciones de autoservicio e intercambios de apartamento y casa) y la llegada en el mercado de nuevos jugadores cuyas ofertas y modelos de negocio alteran los códigos de la industria hotelera; NH Hotel Group necesita ampliar su oferta para diversificar las oportunidades propuestas a los viajeros y satisfacer mejor sus expectativas, mientras atrae nuevos huéspedes. Si el Grupo no detecta nuevos comportamientos de los consumidores y no responde rápidamente ofreciendo experiencias adecuadas a sus huéspedes, la cuota de mercado y el nivel de actividad se podrían ver afectados negativamente, con un impacto negativo tanto en ingresos como en beneficios.

El Grupo responde a estos cambios adaptando sus productos y servicios a las nuevas generaciones y nuevos negocios. El Grupo dispone de un Comité de Innovación dedicado a explorar nuevos negocios y oportunidades de innovación para fortalecer la experiencia del Grupo a la hora de ofrecer soluciones disruptivas específicas a los huéspedes y preparar el crecimiento a futuro.

Para aprovechar el creciente atractivo del mercado de marcas distintivas con una fuerte personalidad, que ofrecen un excelente entorno de trabajo para los nómadas urbanos y un lugar de encuentro ideal, el Grupo también ha optado por redoblar sus esfuerzos para expandir su marca nhow en uno de los segmentos de más rápido crecimiento de industria hotelera, denominada “estilo de vida”.





Riesgos tecnológicos | Ciberataques, seguridad de la información, innovación tecnológica

Los negocios del Grupo se basan en una variedad de procesos y aplicaciones que apoyan tanto a los empleados como a los clientes cuando reservan sus estancias. Algunos de estos procesos y aplicaciones dependen de complejos sistemas de información e infraestructura de TI para la recolección, procesamiento y almacenamiento de cantidades crecientes de datos operativos y estratégicos que son esenciales para apoyar el proceso de creación de valor. Estos datos, que son recopilados, almacenados y procesados directamente por el Grupo o por proveedores de servicios externos, pueden sufrir daño accidentales o maliciosos. Los sistemas del Grupo podrían llegar a sufrir directamente o indirectamente las consecuencias de virus, denegación de servicio u otros ataques, fallas técnicas de hardware o software, sabotaje, intrusión o piratería que afecte negativamente la disponibilidad e integridad de los datos y la confidencialidad de los mismos. Estas amenazas también pueden originarse internamente debido a intenciones maliciosas, errores o derivadas de la posible obsolescencia de las infraestructuras. Cual sea el origen, cualquier alteración, robo, divulgación o indisponibilidad de los datos del Grupo podrían tener un impacto negativo en la consecución de sus objetivos estratégicos.

Garantizar la seguridad, protección y disponibilidad de los datos estratégicos es una prioridad para la Compañía. El Departamento de Seguridad de los Sistemas de Información tiene la tarea de proteger toda la infraestructura, los sistemas y las aplicaciones de TI necesarios para la Operaciones del grupo. Su función consiste en:

- Prevenir intrusionas, virus y ataques mediante la administración de todo el hardware de seguridad de los sistemas dedicados y software y realizando pruebas de intrusión,
- La realización de campañas de sensibilización y formación para los empleados (por ejemplo, alertar sobre los riesgos de phishing).

En el ámbito de los medios de pagos, cada año la Compañía renueva la certificación PCI DSS, factor clave en la prevención de riesgos que afectan a los datos bancarios de los huéspedes.

Adicionalmente, NH Hotel Group dispone de un plan de continuidad del negocio para garantizar la continuidad de las operaciones y preservar la confidencialidad de los datos.



Riesgos relacionados con el cambio climático | Desastres naturales, fenómenos meteorológicos extremos, regularios

En la mayoría de los países donde NH opera, el Grupo está expuesto al riesgo de eventos naturales extremos (como terremotos, inundaciones, nevadas y ciclones) cuya frecuencia y / o gravedad pueden verse amplificadas por el cambio climático.

La ocurrencia de tal evento podría tener un impacto directo e indirecto en los huéspedes y empleados, pero también en los negocios y activos del Grupo, afectando negativamente a su actividad y comprometiendo su situación financiera.

Proteger a los huéspedes y empleados es una prioridad para el Grupo. Por esta razón, las medidas de protección permanentes o temporales son implementadas tan pronto como se identifiquen estos riesgos, como evacuar hoteles de acuerdo con los procedimientos del Grupo. Para los riesgos sísmicos en particular, los simulacros son realizados periódicamente por los equipos en los países identificados (por ejemplo, México), para que puedan responder eficazmente en caso de un terremoto. La amplia distribución geográfica del Grupo ayuda a limitar los impactos potenciales de estos riesgos en los resultados consolidados de la Compañía.

Además, los cambios regulatorios como el Green Deal de la Unión Europea hacia una economía eficiente en el uso de los recursos y neutra en emisiones de carbono, tendrá un impacto para la Compañía tanto en términos de inversiones como de renovación de hoteles o adquisición de nuevos hoteles.

Conscientes de los efectos del cambio climático, y con el fin de gestionar los costes operativos de manera más eficiente, el Grupo está tomando medidas para limitar las emisiones de carbono generadas por sus operaciones y toda su cadena de valor. Más información sobre la estrategia climática de NH Hotel Group en el apartado NH ROOM4 Planet.



Ciertos riesgos geopolíticos | Terrorismo, cambio de ciclo económico, inestabilidad política y, en menor medida, el Brexit

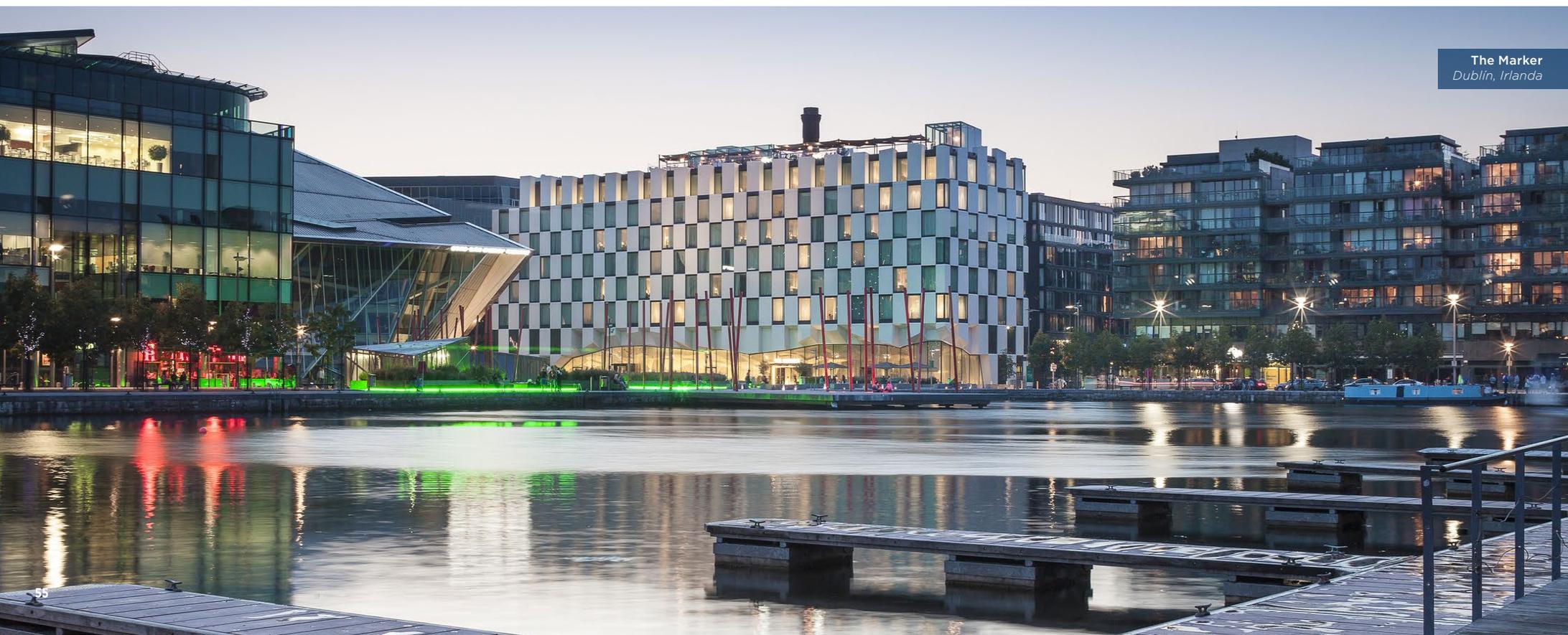
La evolución de la situación geopolítica expone al Grupo al riesgo de ataques terroristas, entre otros, en los países donde NH opera. La ocurrencia de tales eventos podría tener un impacto directo o indirecto en huéspedes, empleados, negocios y activos, y afectar negativamente a la consecución de los objetivos estratégicos de la Compañía. Además, actos de terrorismo, agitación política o estallido de guerra afectarían al turismo y al negocio del Grupo (al provocar una caída en números de huéspedes, cierres de hoteles y proyectos de desarrollo abandonados) en las regiones en cuestión, además de amenazar la seguridad de los empleados.

Proteger a los huéspedes y empleados es una prioridad para el Grupo. Para protegerlos de manera efectiva contra las principales amenazas identificadas, el Grupo ha desarrollado una estrategia de seguridad y protección alineada con la severidad de los riesgos estimados. La estrategia se basa en una organización, un sistema de monitoreo y seguridad y medidas de seguridad que evolucionan de acuerdo con la evolución de cada situación. Estas medidas están diseñadas para garantizar la seguridad de los empleados, invitados y activos, a la par que asegurar la continuidad de las operaciones. En caso de alerta, el sistema interno de gestión de crisis se activa inmediatamente para garantizar la seguridad de nuestros clientes y empleados. Los daños a la propiedad son cubiertos por el programa de seguros del Grupo.



Riesgos derivados de factores externos | Pandemias, huelgas tanto internas (personal de hotel) como externas (p.ej. controladores aéreos)

Las operaciones del Grupo pueden verse afectadas por la ocurrencia de epidemias en sus regiones de acogida o epidemias mundiales. En 2020 y en lo que va de 2021, NH Hotel Group ha sufrido, como todas las compañías hoteleras del mundo, las consecuencias de la pandemia del COVID-19 que ha provocado una caída de la tasa de ocupación de los hoteles y de los eventos debido a las restricciones sanitarias en todos los países. Los ingresos se han visto negativamente afectados a pesar de que el grupo dispone de planes de contingencia y de continuidad del negocio que mitigan parcialmente la caída de ingresos a la vez que contribuyen a garantizar la salud y seguridad de sus clientes y empleados.



The Marker
Dublín, Irlanda

NH ROOM 4

SUSTAINABLE BUSINESS





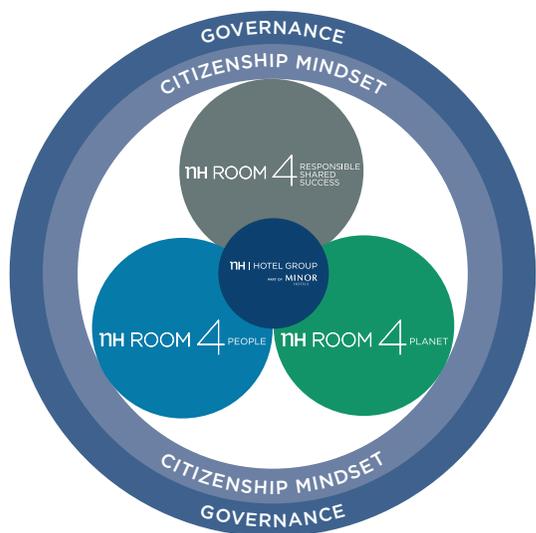
NH Hotel Group desempeña su actividad hotelera con la ambición de liderar el comportamiento responsable, creando valor compartido a nivel económico, social y medioambiental allí donde está presente. Con esta filosofía, en 2020 la Compañía ha dado continuidad a su estrategia, en el que uno de los pilares es NH ROOM4 Sustainable Business, parte clave de la estrategia global de la Compañía.

La visión estratégica de NH ROOM4 Sustainable Business a su vez se fundamenta en tres palancas de gestión fundamentales: NH ROOM4 People, NH ROOM4 Planet y NH ROOM4 Responsible Shared Success, todos ellos enmarcados bajo una misma premisa de principios sostenibles y éticos, cultura responsable y espíritu de ciudadanía.

Convencida de que avanza en la dirección correcta para lograr los próximos retos que se fije en materia de sostenibilidad, la Compañía se encuentra alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) a los que puede contribuir, por lo que se compromete a continuar creando valor a largo plazo y a nivel global, en el marco de la Agenda 2030.

MODELO NH ROOM 4 SUSTAINABLE BUSINESS

Para NH hotel Group, la estrategia está basada en “NH ROOM4 a better world”. En esta línea, la gestión de la responsabilidad corporativa de la Compañía, NH ROOM4 Sustainable Business, se tracciona a través de sus tres líneas de acción: NH ROOM4 People, NH ROOM4 Planet y NH ROOM4 Responsible Shared Success:



NH Hotel Group promueve el desarrollo profesional interno y crea proyectos sociales en las comunidades donde está presente.



NH Hotel Group está comprometida con el medio ambiente y lo evidencia a través de productos sostenibles, la reducción de consumo y la lucha contra el cambio climático.



NH Hotel Group transmite los derechos humanos, éticos y empresariales en su forma de trabajar en toda su cadena de valor: clientes, propietarios y proveedores, promoviendo alianzas responsables.

GOBIERNO

Gestión de la Estrategia Sostenible

Estructura organizacional con enfoque de Negocio Sostenible, para asegurar la implementación de la estrategia.

Accountability

Reporting en sostenibilidad y negocio sostenible como oportunidad para la mejora y monitorización continuas y la demanda de transparencia.

Gobierno corporativo & Cumplimiento

Con el objetivo de transmitir los principios éticos y de Negocio responsable y el compromiso con los Derechos Humanos que guían la forma de trabajar de NH Hotel Group.

CITIZENSHIP MINDSET

En su día a día, **cada empleado** puede hacer las cosas de forma más sostenible y bajo un espíritu de ciudadanía.

Activación de un **estilo de comunicación fluido** y del reconocimiento al compromiso responsable y sostenible de los empleados.

El **voluntariado** es la llave para desplegar el compromiso de Sustainable Business con los empleados. Sin su participación, ninguna iniciativa tendría el impacto deseado. NH Hotel Group está formada por apasionados por el servicio, y esa es su fortaleza.



NH Collection Frankfurt City
Frankfurt, Alemania

NH ROOM 4 PEOPLE

Empleados

Promoción de la igualdad de oportunidades para ser reconocidos como una empresa líder en diversidad.

Comunidad

Empleo joven - Inversión en apoyo formativo y de carrera para jóvenes, especialmente aquellos en situación desfavorecida.

Hoteles con corazón - Continuar utilizando el potencial de NH Hotel Group como cadena hotelera para hospedar a niños hospitalizados y sus familias.



NH ROOM 4 PLANET

Cambio Climático

Lucha contra el Cambio Climático como núcleo de la planificación estratégica a nivel de negocio y de la gestión de riesgos de NH Hotel Group.

Energía y agua

Incrementar y mejorar la producción con energía verde con instalaciones in situ, fuentes de energía renovable y optimización del agua.

Residuos y economía circular

Trabajo con proveedores para crear oportunidades y sinergias en economía circular.



NH ROOM 4 RESPONSIBLE SHARED SUCCESS

Clientes

Proporcionar una experiencia única y una oferta innovadora, e involucrar a los clientes en los proyectos sostenibles y responsables de NH Hotel Group.

Proveedores

Establecer un diálogo efectivo con proveedores para desarrollar soluciones innovadoras y sostenibles.

Continuar incrementando los criterios sociales y medioambientales en la selección de partners.

Alianzas

Promover alianzas a largo plazo con todo tipo de organizaciones: otras empresas, administraciones públicas, organizaciones sin ánimo de lucro, organismos multilaterales...





NH Collection Barbizon Palace
Amsterdam, Países Bajos

NH Hotel Group, reconocida como una de las Compañías del sector más sostenibles del mundo

En 2020, NH Hotel Group ha participado por segunda vez de manera voluntaria en la evaluación Corporate Sustainability Assessment (CSA) 2020 realizada por la agencia de inversión sostenible SAM. La evaluación genera un ranking mundial en desempeño sostenible de compañías de diferentes sectores.

La Compañía se ha situado en tercera posición del ranking, destacando como uno de los líderes más sostenibles del sector, con respecto a las Compañías pertenecientes al Dow Jones Sustainability Index. Este resultado consolida a NH Hotel Group como una de las empresas referentes en sostenibilidad de la industria a nivel mundial y avala la solidez de NH Hotel Group en el desempeño social, medioambiental y económico. En esta exhaustiva evaluación, la Compañía ha sido premiada como “la mejor de su clase” en la industria en nueve de los 23 criterios evaluados: Gestión de la relación con el cliente, gestión de la cadena de suministro, estrategia fiscal; informes medioambientales; estrategia climática; informes sociales; indicadores de prácticas laborales; desarrollo del capital humano y salud y seguridad en el trabajo. Incluso en seis de ellos se alcanzó la máxima puntuación: Gestión de la Relación con el Cliente; Estrategia Fiscal; Informes Ambientales; Estrategia Climática; Informes Sociales y Desarrollo del Capital Humano.

NH Hotel Group, que ha tenido un excelente desempeño en términos de sostenibilidad en los últimos años, continuará construyendo un Negocio Responsable, siendo este uno de los pilares de la estrategia de la Compañía.

PRESENCIA DE NH HOTEL GROUP EN ÍNDICES Y RANKINGS DE SOSTENIBILIDAD

**Sustainability Award
Bronze Class 2021**

S&P Global

NH Hotel Group ha conseguido el tercer lugar entre las empresas hoteleras más sostenibles del mundo, consolidándose así, como una de las empresas referentes en sostenibilidad de la industria a nivel mundial, tras ser evaluada por segundo año por SAM, la agencia de inversión sostenible que evalúa a las empresas que componen el Dow Jones Sustainability Index.

**Sustainability Award
Industry Mover 2021**

S&P Global

Los compromisos en este campo y la mejora que ha demostrado la Compañía durante este año le han llevado a recibir el reconocimiento Bronze Class en el Sustainability Yearbook 2021 de S&P Global. Adicionalmente, se ha reconocido a NH Hotel Group como “industry mover” debido al gran progreso conseguido en un año.



FTSE4Good

Desde 2013, NH Hotel Group pertenece al índice FTSE4GOOD y renueva su presencia año tras año, gracias a la gestión responsable del negocio y las mejoras implementadas. El índice fue creado por la Bolsa de Londres para ayudar a inversores a integrar factores medioambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG) en la toma de decisiones.



NH Hotel Group ha sido incluida por segunda vez en el índice Bloomberg de igualdad de género 2021, siendo la única hotelera española de entre las 380 empresas incluidas en el índice.

La Compañía ha obtenido sus mejores resultados en el pilar de la igualdad salarial y paridad, gracias a sus políticas de compensación basada en la igualdad de género y en la lucha contra de la brecha salarial. Esto ha permitido confirmar aspectos ya conocidos como la presencia positiva de mujeres en todos los niveles de responsabilidad de la Compañía.



Carbon Disclosure Project reconoce el trabajo de las principales Compañías globales en la lucha contra el cambio climático. En el último informe publicado en diciembre 2020, NH Hotel Group obtuvo una calificación B en su ranking anual. Con esta puntuación, NH Hotel Group ve una vez más reconocida su visión pionera de ubicar la sostenibilidad como un valor estratégico de la corporación, que actúa como una palanca de valor transversal del Grupo desde hace más de una década.

ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

El análisis de materialidad es clave en el proceso de gestión de la Responsabilidad Corporativa en NH Hotel Group, tanto para el reporte como para la definición de la estrategia, iniciativas y establecimiento del diálogo con los grupos de interés.

Los objetivos de la actualización del análisis de materialidad son los siguientes:

- Dar cumplimiento a los requisitos de la directiva de información no financiera.
- Determinar los aspectos relevantes para orientar la estrategia de Responsabilidad Corporativa de la Compañía.
- Dar respuesta a los requisitos de Global Reporting Initiative para el reporte de sostenibilidad.
- Identificar las expectativas de los grupos de interés como base para la gestión de la reputación.

En 2020 NH Hotel Group ha actualizado dicho análisis para definir los contenidos del presente Informe y priorizar los temas relevantes, partiendo del Estudio de Materialidad de 2019. El proceso consta de las siguientes fases:

IDENTIFICACIÓN DE ASUNTOS RELEVANTES

Los asuntos materiales se identifican a partir de un análisis de fuentes internas y externas, que permite dibujar un listado preliminar de temas relevantes para NH Hotel Group y para sus grupos de interés.

Para la actualización de este año, se han identificado 26 asuntos materiales en base a un análisis del contexto actual, criterios ESG, análisis de tendencias globales, los estándares del Global Reporting Initiative (GRI) y la propia Agenda 2030 de Naciones Unidas. Como novedad, y en línea con las circunstancias actuales en las que se encuentra la Compañía, se ha incluido un análisis de tendencias que muestran el impacto de la COVID-19 en el negocio.

Estrategia y prioridades para NH Hotel Group	<ul style="list-style-type: none"> - Estrategia de Compañía. - Estrategia <i>Sustainable Business</i>. - Materialidad de NH Hotel Group 2019. - Estado de Información No Financiera – Memoria Sustainable Business 2019.
Objetivos de Desarrollo Sostenible – ODS	<ul style="list-style-type: none"> - ODS en los que NH Hotel Group tiene impacto directo e indirecto y sus metas específicas.
Prescriptores y tendencias en el sector	<ul style="list-style-type: none"> - Objetivos clave en sostenibilidad definidos por la International Tourism Partnership (ITP) - SASB's Materiality Map * - Sustainability Yearbook 2020 de SAM. - Ranking Carbon Disclosure Project (CDP) – Cambio Climático
Impacto de la COVID -19 en el sector hotelero y en el turismo	<ul style="list-style-type: none"> - Webinars relacionadas con el impacto de la COVID -19 en el sector hotelero.

Posteriormente, se lleva a cabo una revisión semántica de los temas con el objetivo de vincular temas, conceptos o ámbitos afines entre sí, e integrarlos en términos propios del enfoque de negocio de NH Hotel Group y del sector hotelero. Los temas se han agrupado por los diferentes pilares de la Estrategia *Sustainable Business*.

PILARES SUSTAINABLE BUSINESS	TEMAS RELEVANTES NH HOTEL GROUP 2020
Governance	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crecimiento financiero sostenible 2. Entorno regulatorio 3. Plan de recuperación 4. Buenas prácticas en Gobierno Corporativo 5. Compromiso ético y transparencia 6. Protección de los Derechos Humanos y laborales 7. Gestión de riesgos financieros, no financieros y emergentes 8. Innovación y tecnología 9. Canales de comunicación y diálogo con los grupos de interés
NH ROOM4 People	<ol style="list-style-type: none"> 10. Talento, formación y desarrollo profesional 11. Cultura de igualdad, diversidad e inclusión 12. Compromiso y participación de los empleados 13. Seguridad, salud y bienestar 14. Voluntariado corporativo 15. Impacto positivo en la comunidad y cultura local 16. Promoción del empleo joven
NH ROOM4 Responsible Shared Success	<ol style="list-style-type: none"> 17. Alianzas sostenibles 18. Cadena de valor responsable y local 19. Experiencias únicas para el cliente 20. Calidad del servicio y satisfacción 21. Fomento de la sostenibilidad entre los clientes
NH ROOM4 Planet	<ol style="list-style-type: none"> 22. Energía verde y eficiencia energética 23. Gestión responsable del agua 24. Lucha contra el Cambio Climático 25. Servicios sostenibles de hostelería 26. Gestión de residuos y economía circular

PRIORIZACIÓN

Los temas materiales se priorizan según dos variables:

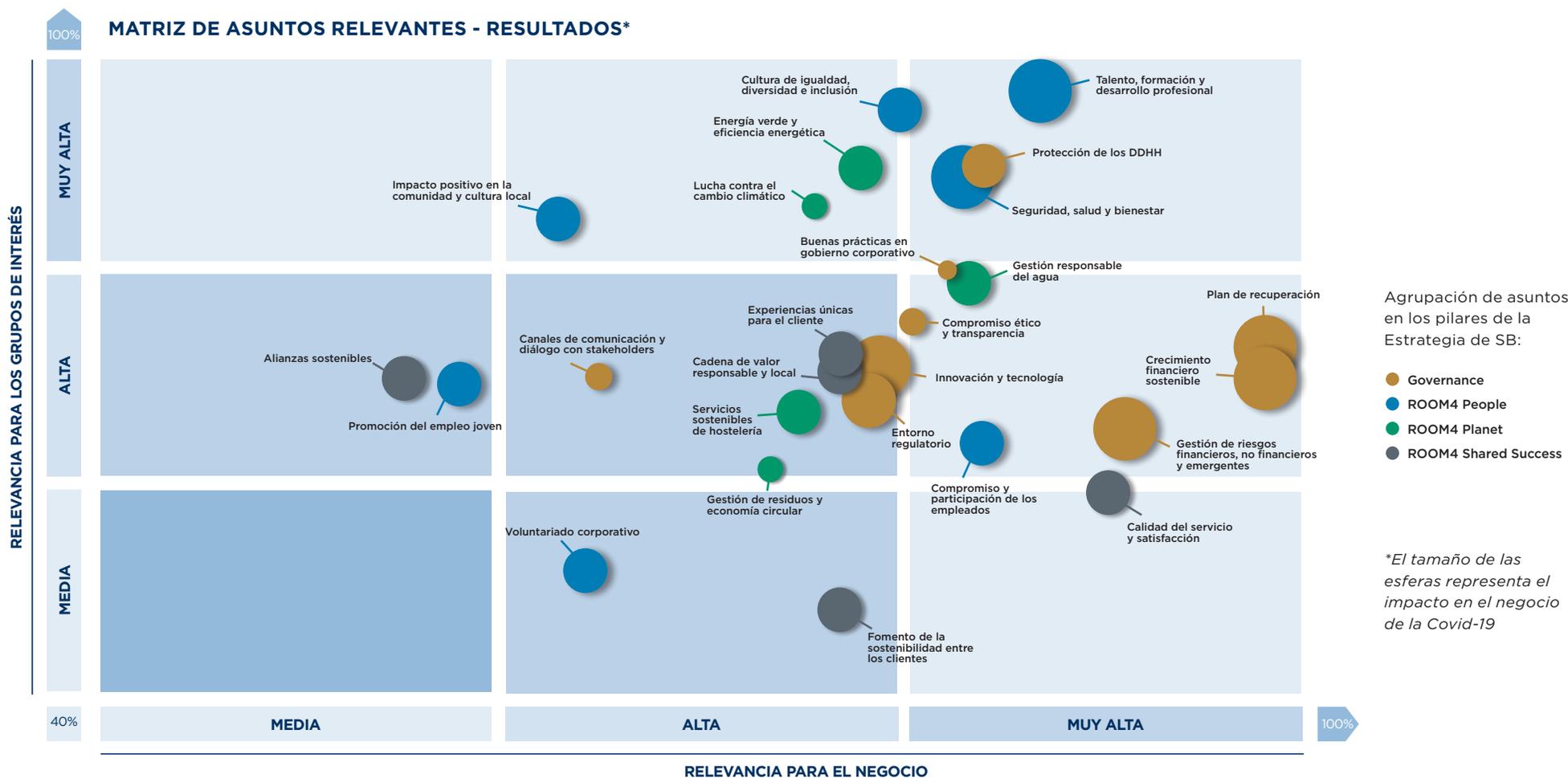
- **Impacto en el negocio.** Peso de cada tema en la actividad empresarial de NH Hotel Group, teniendo en cuenta la estrategia, las tendencias del sector, los prescriptores sectoriales y en sostenibilidad, y la valoración de las diferentes áreas de la Compañía que tienen relación con grupos de interés, como Comunicación y RSC, Recursos Humanos, Medioambiente o Compras. Como se indicaba anteriormente, este año se ha añadido una variable adicional indicando cómo está impactando la actual crisis sanitaria en la Compañía.
- **Impacto en los grupos de interés.** Peso de cada tema entre los diferentes *stakeholders* a partir de la información disponible de NH Hotel Group, las tendencias y preocupaciones sociales, los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas -ODS-, y la conversación en medios de comunicación sobre dichos temas.

VALIDACIÓN Y MATRIZ DE MATERIALIDAD

La priorización es validada internamente por el Área de Sustainable Business de NH Hotel Group, con el objetivo de contrastar la relevancia de los asuntos materiales y su peso en relación con los objetivos de negocio.

El análisis de los resultados ha tenido en cuenta una ponderación tanto interna como externa. Con dicha priorización se elabora la Matriz de Materialidad para el Estado de Información No Financiera - Memoria Sustainable Business 2020, según los dos ejes de relevancia:

- Impacto en el negocio.
- Impacto para los grupos de interés externos.



NH HOTEL GROUP Y LA AGENDA 2030

Con el propósito de enfocar el modelo de negocio a un modelo hotelero comprometido con el desarrollo sostenible, a través de la Estrategia *Sustainable Business* NH Hotel Group genera valor para los distintos stakeholders en los lugares en los que está presente. En este contexto, la Compañía tiene impacto y capacidad de influencia en un total de 12 Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Pilar de la Estrategia Sustainable Business	ODS relacionados	Principales indicadores en 2020
		<ul style="list-style-type: none"> Elaboración Protocolo Feel Safe At NH Condiciones de trabajo a distancia Acceso a la plataforma Holistic Concept Programa WITH YOU como apoyo al bienestar de los team members
		<ul style="list-style-type: none"> 231 mil € inversión en formación 68.902 horas de formación a empleados 5,4 horas de formación por empleado
		<ul style="list-style-type: none"> Presencia en el índice Bloomberg de Igualdad de Género 51% del total de plantilla son mujeres 44% de mujeres en puestos directivos
		<ul style="list-style-type: none"> 264,7 M€ Volumen de compras* Sueldos y salarios: 188,4 M€ Cargas sociales: 55 M€
		<ul style="list-style-type: none"> 349 hoteles con modificaciones para la accesibilidad. 89 empleados con discapacidad
		<ul style="list-style-type: none"> 52% reducción de extracción de agua**
		<ul style="list-style-type: none"> El 61% de la electricidad consumida anualmente proviene de fuentes de energía renovables
		<ul style="list-style-type: none"> 157 hoteles certificados 48 hoteles con puntos de recarga instalados para coches eléctricos 26 hoteles con servicio de alquiler de bicicletas
		<ul style="list-style-type: none"> Política de Compras Responsables 1.816 proveedores han firmado el Código de Conducta. 94% Volumen de compras a proveedores locales 71,7% compras a proveedores homologados
		<ul style="list-style-type: none"> Establecimiento de objetivos aprobados por SBTi (Science Based Targets) Eliminación de plásticos de un solo uso 37% reducción de huella de carbono** 35% reducción de consumo energético** 3M€ invertidos en proyectos de eficiencia energética
		<ul style="list-style-type: none"> Adhesión al Pacto Mundial Presencia en índice FTSE4Good
		<ul style="list-style-type: none"> 80 fundaciones y ONG con las que se ha colaborado. Más de 790 horas en voluntariado social 73 proyectos sociales. 10.600 beneficiarios 524 voluntarios
		

*Excluidos los gastos por arrendamientos pagados, comisiones y rappels por ventas y suministros, entre otros.

**Reducción con respecto a 2019 en términos absolutos. La atípica operativa de los hoteles durante la mayor parte del año, hace que las reducciones no reflejen el desempeño real de los datos ambientales.





NH ROOM4 RESPONSIBLE SHARED SUCCESS: CLIENTES

NH Hotel Group proporciona un servicio excelente y una oferta innovadora, e invita a sus clientes a participar e involucrarse en los compromisos éticos, sociales y medioambientales. En su compromiso con la sostenibilidad, NH Hotel Group busca integrar y hacer partícipes a los clientes de sus iniciativas de Sustainable Business, ya sea generando oportunidades para una contribución social o promoviendo comportamientos responsables con el medio ambiente.

FEEL SAFE AT NH

En NH Hotel Group queremos que nuestros clientes continúen disfrutando de nuestros hoteles y viviendo experiencias inolvidables. Por eso, creamos Feel Safe At NH, un conjunto de medidas certificadas por expertos en seguridad, que se han implementado en todos nuestros hoteles para que nuestros clientes, empleados y proveedores puedan seguir disfrutando de todos nuestros destinos, sin ninguna preocupación.

Con el fin de preservar la seguridad de clientes, empleados y partners, la Compañía ha puesto en marcha distintas iniciativas y llevado a cabo la adecuación de cerca de 700 estándares, rediseñando completamente el ciclo experiencial del cliente. Avaladas por expertos, estas medidas se han implementado durante 2020 en cada una de las 364 propiedades del Grupo.

Feel Safe at NH revisa toda la operativa de la Compañía y concentra todas las iniciativas bajo 10 líneas de actuación, que dan respuesta a las necesidades de los viajeros en la nueva realidad social provocada por COVID-19. Desde los procesos de limpieza e higienización de cada espacio del hotel, hasta nuevas soluciones digitales, procesos y protocolos para la gestión de la restauración, normativas de distanciamiento social, o el control de la purificación del aire y el agua, el plan de medidas ha incluido todos los aspectos que permitan la reapertura de hoteles con las máximas garantías de seguridad para clientes y empleados.

Cada una de las propiedades de la Compañía tiene designado un experto en el nuevo proceso operativo Feel Safe at NH y es el responsable de liderar la implementación de este, así como de las formaciones de empleados. Por último, es responsable también de controlar el uso ecológico y responsable de los materiales de protección.



EXPERIENCIA NH

Como estrategia de Compañía, NH Hotel Group ha identificado la necesidad de apostar por el valor intrínseco de cada una de sus marcas. Por ello, se busca perseguir una máxima eficiencia en las inversiones mediáticas y mejorar la experiencia con el desarrollo de herramientas de análisis de Inteligencia de Cliente, la identificación de los “momentos de la verdad” y el apoyo a una experiencia en continuo rediseño e implementación, así como de la monitorización de su aceptación. En los últimos años, como consecuencia de la nueva estrategia de negocio de la Compañía, se han asentado las bases de calidad que caracterizan a NH Hotel Group.

Con el objetivo de reducir al máximo las interacciones entre personas y el contacto con superficies, NH Hotel Group ha puesto a disposición del cliente soluciones tecnológicas avanzadas como:

PRINCIPALES INICIATIVAS EN 2020

Feel Safe at NH

Con el fin de preservar la seguridad de clientes, empleados y partners, se llevó a cabo un plan de medidas frente a la crisis sanitaria. La compañía ha puesto en marcha distintas iniciativas y llevado a cabo la adecuación de cerca de 700 estándares, rediseñando completamente el ciclo experiencial del cliente. Desde los procesos de limpieza e higienización de cada espacio del hotel, hasta nuevas soluciones digitales, procesos y protocolos para la gestión de la restauración, normativas de distanciamiento social, o el control de la purificación del aire y el agua, el plan de medidas ha incluido todos los aspectos que permitan la reapertura de hoteles con las máximas garantías de seguridad para clientes y empleados.

 certificaciones de inspección sanitaria

 protocolos y material de protección personal

 servicios digitales avanzados

 protocolos de purificación de aire y agua

 protocolos de limpieza y desinfección actualizados

 servicio de asesoramiento City Connection

 servicios de restauración adaptados a la situación actual

 protocolos de seguridad y salud para empleados

 normas de distanciamiento social

 responsable de seguridad sanitaria por hotel

Adaptación de servicios gastronómicos a las normativas COVID

Preservando la seguridad del proceso en todo momento, el área de Food & Beverage (alimentación y bebidas) ha pasado por una reorganización que afecta todo desde la logística de la preparación, la entrega del producto o el consumo de este, hasta los sistemas de pago.

NH Hotel Group solicitará a sus proveedores certificaciones sanitarias y un proceso de entrega bajo estrictos protocolos de control. En todo momento se buscará la mínima manipulación de los alimentos, por ejemplo, con materiales de un solo uso y primando los siguientes servicios room service, a la carta o take-away como opciones principales.

En el caso de los eventos, se han elaborado menús y procesos adaptados para este servicio para cumplir con los estándares marcados.

Mobile Guest Service

La digitalización de la información y servicios del hotel en una PWA (Aplicación Web Progresiva) accesible desde cualquier dispositivo del cliente (móvil, Tablet, PC) ofreciendo a los clientes la posibilidad de tener toda la información del hotel en sus manos: desde las instalaciones del hotel y horarios, a la posibilidad de pedir room service, reservar mesa en el restaurante, solicitar amenities extra, etc.

Una iniciativa que además de respaldar el plan Feel Safe at NH eliminando interacciones y garantizando la información durante la estancia, genera beneficios en cuanto a sostenibilidad al digitalizar toda la información.

Otras experiencias a destacar:

- **FASTPASS:** iniciativa cuyo objetivo principal ha sido ofrecer a los clientes la posibilidad de realizar tres innovadores servicios como el Check-in online, Choose Your Room y Check-out online, que ponen en manos del cliente todo el control sobre su estancia.

El valor añadido ha sido la inclusión de la funcionalidad “Choose your Room” donde se le da al cliente la opción de elegir su propia habitación explorando el plan arquitectónico del hotel, sin duda mejorando la experiencia de los clientes. Está previsto, además, continuar implantando otras iniciativas - en las que ya se está trabajando- como el reconocimiento facial y el poder abrir las puertas de las habitaciones con una llave digital.

- **Tablets in Reception:** un nuevo proceso de check-in y check-out acompañado por una tablet que permitirá realizar una firma digital y conseguir un proceso de check-in sin papel, más eficiente y más sostenible, además de permitir un registro almacenado digitalmente de las firmas y consentimientos de los clientes.
- **Lobbies Alive:** un nuevo concepto de lobby diseñado para mejorar la experiencia del cliente, obtener ingresos adicionales y atraer nuevos clientes. Un lobby que conecta el hotel con la ciudad y el barrio, y crea un ambiente perfecto para trabajar, tomar una copa, reunirse con amigos o asistir a un evento social.
- **Mood Room:** habitaciones que permiten a nuestros huéspedes disfrutar de las mejores experiencias durante su estancia, con el simple movimiento de sus dedos. Gracias al sinnúmero de modos preestablecidos, pueden disfrutar de una experiencia tecnológica inimitable y transformar toda la habitación para que se adapte a su estado de ánimo. Luces, música, cortinas y climatización, todo controlado con el toque de un botón

- **Pet friendly:** una experiencia completa para los clientes que viajan con sus mascotas. Esta nueva promesa operacional para mascotas ofrece a nuestros huéspedes la certeza de que viajar a un hotel NH con su mascota es posible y cómodo. Ofrecemos una política de mascotas homogeneizada a nivel mundial, convirtiendo nuestra cadena de hoteles en una pet-friendly.
- **Open Spaces:** Iniciativa a través de la cual se promocionan en más de 170 hoteles, todos nuestros espacios exteriores, desde jardines a terrazas con piscina, azoteas con vistas privilegiadas, y un largo etc, para realizar eventos y reuniones y poder ofrecer experiencias inolvidables a nuestros clientes.
- **Programa Extended Stays:** es un nuevo producto enfocado a clientes de largas estancias (a partir de 7 noches) como nómadas digitales, clientes corporativos involucrados en proyectos de larga duración, etc. Este producto ha sido diseñado para ofrecer una tarifa competitiva que incluye beneficios adicionales en servicios del hotel (descuento en F&B, laundry, parking, salas de reuniones...).
- **Room Office:** Se ofrece la posibilidad de alquilar una de nuestras amplias y cómodas habitaciones para usarla como oficina. Proporcionando un espacio tranquilo, con todo el equipamiento necesario: escritorio, silla de oficina, wifi, baño privado, televisión, y posibilidad de contratar servicios adicionales tales como bebida, almuerzo o cualquier otro servicio de F&B. Dentro de esta propuesta, también se ofrecen los espacios habituales del hotel para mantener reuniones o sesiones de trabajo tales como las salas.
- **City Connection:** una iniciativa que permite a nuestros huéspedes acceder a todos los demás lobbies de nuestros hoteles dentro de la ciudad y disfrutar de algunos de nuestros servicios y áreas comunes, dando un valor añadido principalmente a nuestros huéspedes de ocio. El objetivo es mejorar la experiencia de viaje al alojarse en NH, ofreciendo a nuestros huéspedes la posibilidad de tener un lugar de confort por toda la ciudad (descansar, usar la conexión wifi, tomar una copa, dejar el equipaje...), pudiendo entrar a disfrutar de cualquier servicio en cualquier NH de esa ciudad.



NH Curitiba The Five
Curitiba, Brasil

INNOVACIÓN GASTRONÓMICA

NH Hotel Group tiene una firme apuesta por la alta gastronomía, la innovación y las aplicación de las últimas tendencias del sector, por lo que el proceso de innovación y desarrollo de estándares gastronómicos exclusivos ha sido una constante en la Compañía, pero durante el año 2020 y debido al impacto que ha tenido en el área de F&B el COVID-19, se han focalizado las actuaciones de innovación en la aplicación de acciones y estándares que ayuden a proteger a nuestros huéspedes, incrementar la seguridad alimentaria, mejorar la sostenibilidad y apoyar a colectivos dañados por la pandemia.

Las normativas locales de actuación frente al virus han delimitado los tipos de servicios disponibles en cada región o país, por lo que se han adecuado los estándares tradicionales de la compañía a estas regulaciones, así como a las recomendaciones de la OMS, realizando en estas adaptaciones diversos procesos innovadores que permitan a NH mantener la diferenciación, mejorar la experiencia del cliente en servicios limitados y la aplicación de nuevas técnicas o servicios.

Algunos de estos procesos en los que se han aplicado propuestas innovadoras dentro del entorno COVID-19 en 2020 han sido:

- **F&B Mobile Guest Service**, desarrollando una aplicación APP en el móvil a través de la cual el cliente puede ver todos los servicios disponibles, realizar pedidos o reservar su mesa en nuestros restaurantes.
- **The Box**, adaptación del servicio de desayuno en habitación, con una presentación atractiva y ampliadas garantías higiénicas.
- **Breakfast NH**, adaptación del famoso desayuno de NH a las nuevas normas requeridas y para las que se han desarrollado 3 modelos de servicios (A la carta, Servicio de Buffet asistido o Buffet Mono-packed), que se adaptan a cada normativa local manteniendo los valores tradicionales de nuestros desayunos en calidez, uso de producto local, variedad y de alimentación saludable.
- **M&E y eventos**, adaptación de toda la oferta gastronómica a los nuevos requerimientos para garantizar la seguridad e higiene en nuestros eventos.
- **Servicio Take away**, creación de un nuevo servicio adaptado a las circunstancias de movilidad, para almuerzos y cenas durante periodos de restricciones en restaurantes.
- **Menús de Empresa y Particulares Delivery**, creación de menús para empresas y particulares con entrega en oficinas y domicilios en fechas especiales.

Cabe destacar que durante el año 2020 y debido a los daños producidos por la pandemia, NH Hotel Group se ha comprometido en F&B a mejorar la sostenibilidad y apoyar a colectivos especialmente impactados por la COVID-19. Algunos ejemplos de las nuevas acciones realizadas han sido:

- Mejora de la sostenibilidad en F&B a través de un nuevo proceso que incrementa la eficiencia en la gestión de los recursos y aprovechamiento de los excedentes de producción en cocinas. Para ello, se ha comenzado a colaborar con diversas start-ups de comida que reutilizan estos excedentes dando salida al producto no consumido en el hotel.
- Colaboración especial con World Central Kitchen, fundación que dirige el Chef José Andrés, en hoteles de la compañía que han sido utilizados como base para la realización de más de 120.000 menús solidarios repartidos a ONG's locales y en los que la compañía ha participado cediendo sus instalaciones y con profesionales de la cocina voluntarios.

NH Hotel Group mantiene una oferta gastronómica excepcional ofrecida por chefs galardonados con 8 estrellas Michelin, que en algunos casos han adaptado sus servicios al entorno COVID-19 con nuevas propuestas:

- **Dabiz Muñoz**, 3 estrellas Michelin con DiverXO en NH Collection Eurobuilding. Durante 2020 ha desarrollado el servicio Delivery (Goxo).
- **Paco Roncero**, 2 estrellas Michelin con Paco Roncero Restaurante. Durante este año ha reinventado su concepto del Taller creando un espacio conceptual único en el que se elevan la gastronomía multisensorial y la sostenibilidad (Paco Roncero Taller).
- **Chris Naylor**, 1 estrella Michelin con Vermeer en NH Collection Barbizon Palace, creación del servicio Delivery para estrella michelin en Holanda.
- **Randy Karman**, 1 estrella Michelin, con White Room en NH Collection Grand Hotel Krasnapolsky.
- **Marcos Morán** (1 Estrella Michelin) chef asesor en Hispania Brussels, NH Collection Grand Sablon.



NH Collection Grand Hotel Krasnapolsky
Ámsterdam, Países Bajos



Paco Roncero, (2 estrellas Michelin)
NH Collection Casino de Madrid
Madrid, España



NH Collection Eurobuilding
Madrid, España



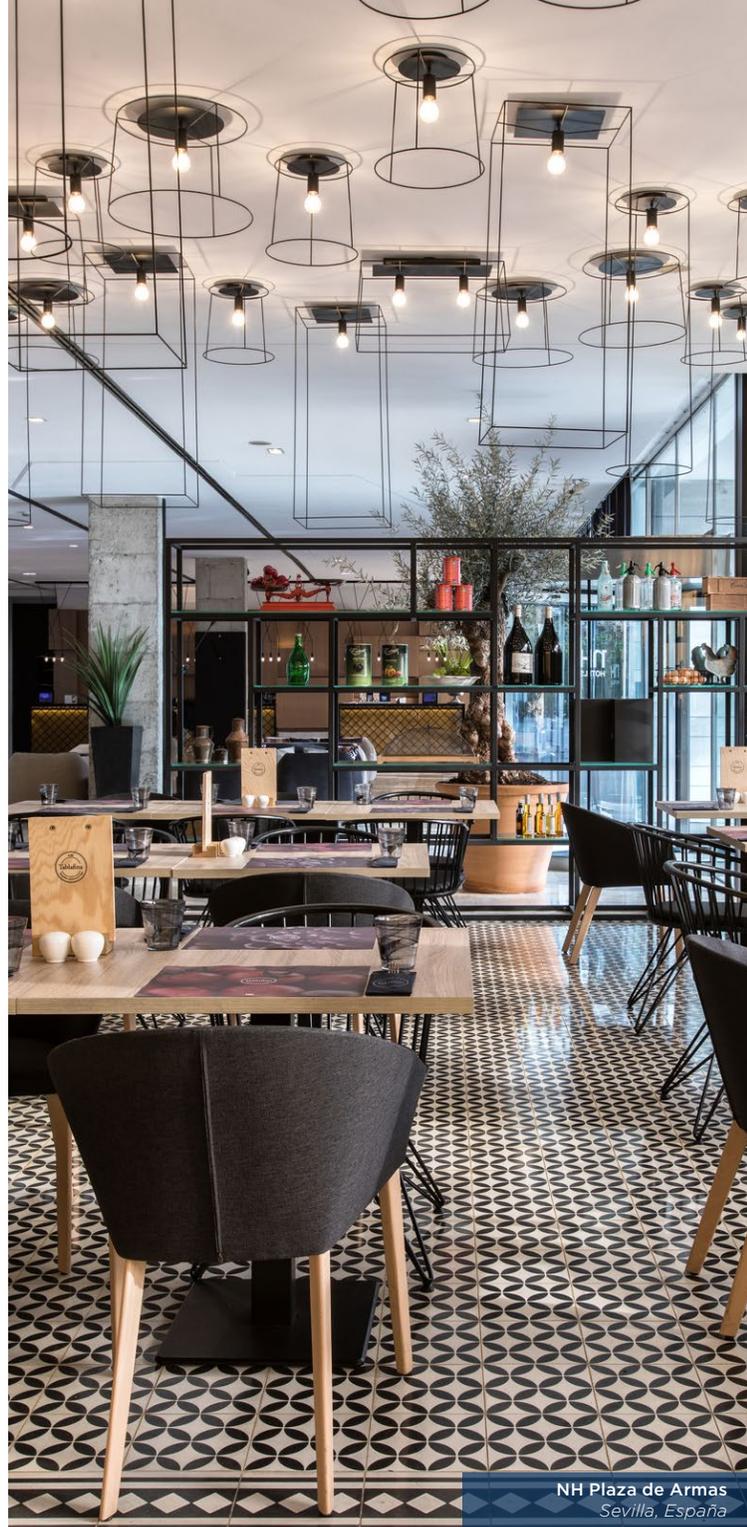
Chris Naylor, (1 estrella Michelin - Vermeer)
NH Collection Barbizon Palace
Ámsterdam, Países Bajos

HYBRID MEETINGS BY NH: TECNOLOGÍA QUE APORTA VALOR A TUS EVENTOS

Ante un mundo en constante cambio que se enfrenta a una nueva realidad, NH Hotel Group ha mejorado sus servicios de Reuniones y Eventos con las soluciones Hybrid Meetings. Nuevas conferencias y reuniones híbridas inolvidables con tecnologías sólidas que garantizan la seguridad de los asistentes en nuestros hoteles y la calidad del evento para quienes participan de forma virtual.

La Compañía ha adaptado sus servicios de calidad superior a eventos híbridos:

- Equipo de expertos a su servicio para asesorar a lo largo de todo el proceso y ayudar a organizar el evento híbrido que quieran.
- Nuevas propuestas gastronómicas con gran calidad y seguridad. Toda la oferta gastronómica ahora está disponible en raciones individuales con un nuevo servicio del personal de hotel en diferentes configuraciones.
- Innovación para desarrollar soluciones eficientes y ecológicas como Sostenibles Hybrid Meetings.
- Como parte del sello "Feel Safe at NH", la Compañía ha establecido nuevas medidas y protocolos MICE para afianzar la seguridad de los eventos.



NH Plaza de Armas
Sevilla, España

NH HOTEL GROUP Y BMOTION AUDIOVISUAL PRESENTAN SU NUEVA PROPUESTA DE PLATÓS FIJOS PARA EVENTOS MICE

NH Hotel Group en España ha unido sus fuerzas con Bmotion Audiovisual para ofrecer a sus clientes una red de platós de instalación fija cuyo objetivo es que los eventos en sus hoteles sigan siendo memorables. Una iniciativa que busca acercar a las personas y reunirlos de nuevo, desde un entorno seguro, para que los clientes puedan disfrutar de los beneficios de un evento 100% presencial, con todas las ventajas añadidas de un evento virtual.

Los platós, enmarcados dentro de la propuesta Hybrid Meetings by NH, están equipados con la última tecnología de BMOTION y están operados por su equipo de expertos. Además, están conectados entre sí para poder realizar eventos virtuales e híbridos, tanto desde una única sede, como conectando varias de ellas.

NH Hotel Group y BMOTION ofrecen además un conjunto de soluciones tecnológicas, para transmitir eventos virtuales con entornos diseñados en 3D totalmente personalizados, que permiten integrar a los ponentes en un entorno inmersivo digital.

Los platós permiten retransmitir reuniones únicas, o simultáneas desde múltiples ciudades, ofreciéndoles la posibilidad de participar presencialmente desde los hoteles de NH que cuentan con dicho servicio o asistiendo en remoto desde sus casas. En España, esta iniciativa ya está disponible en seis hoteles en las principales ciudades del país (Madrid, Barcelona, Málaga, Santiago, Sevilla y Bilbao) aunque es posible organizarla en cualquier ciudad donde haya un NH. La Compañía dispone de un socio audiovisual para poder celebrar eventos MICE con platós de instalación fija en todos los países en los que opera.

NH ROOM OFFICE, UNA NUEVA EXPERIENCIA DE TRABAJO

En el marco de las nuevas tendencias laborales que han surgido en los últimos años y ante un mundo que ha tenido que reconvertirse a partir de la actual pandemia, NH Hotel Group lanzó el verano pasado el concepto de “NH Room Office” en la Unidad de Negocio de América, concretamente en el NH Collection Bogotá Teleport Royal como piloto.

Meses después y tras el éxito de esta innovadora propuesta, la Compañía ha extendido ‘NH Room Office’ a otros países de América y Europa.

Videollamadas, preparación de presentaciones o impartir cursos de formación online... trabajar desde casa no es la mejor solución para todas las tareas. Por eso la Compañía ofrece la posibilidad de alquilar una tranquila habitación de hotel con un agradable espacio de trabajo, a partir de media jornada. Este nuevo concepto permite a los clientes trabajar con todo el equipo necesario y preservar la distancia sin tener que estar en un centro de negocios o ir a la oficina.

EVOLUCIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DE MEDICIÓN DE CALIDAD EN 2020

Una parte esencial en el proceso de mejora continua de la experiencia del cliente es la monitorización de la calidad percibida y de los planes de acción. Un ejemplo destacado de herramienta de medición es el Quality Focus Online, que permite monitorizar las reseñas de clientes a través de canales internos y de los canales online.

Entre las principales mejoras de la herramienta en 2020, cabe destacar el desarrollo de un nuevo sistema de encriptación de nuestra encuesta interna de satisfacción para aumentar la seguridad de los datos que se gestionan en la misma. Por otro lado, se ha incluido un nuevo filtro de hotel cerrado/abierto de cara a ayudar a los equipos a gestionar y valorar de manera más eficiente la calidad de aquellos hoteles que han permanecido abiertos durante el periodo de pandemia.

Así mismo para mantener los altos niveles de exigencia de la Compañía en calidad y satisfacción del cliente y mantener las máximas garantías de seguridad para clientes y empleados, este año se ha desarrollado un check list de control para que por medio de los Health & Safety Managers, personas designadas en el Feel Safe at NH plan como los responsables de verificar y gestionar dicho plan en cada hotel de cada Unidad de Negocio de NH Hotel Group, realicen los chequeos correspondientes en cada centro e identifiquen áreas de mejora para poner en marcha las acciones correctoras necesarias.

Para dichos controles se ha recurrido a la ya existente herramienta de calidad, la app móvil denominada Iristrace y que ya se venía usando para efectuar los controles de calidad en los hoteles de NH Hotel Group.

Con la intención de entender cada día mejor a sus huéspedes, se continúa utilizando los servicios de Trust You como herramienta de análisis semántico que permite tener una mayor visibilidad de lo que opinan los clientes sobre NH Hotel Group, y que ha ayudado un año más a identificar las principales áreas de mejora, tanto en servicio como en producto. Además, durante este año se ha incluido una nueva categoría que nos ha permitido monitorizar todos los comentarios relativos a la pandemia e identificar las mejoras en dicha materia.

Principales indicadores de Calidad

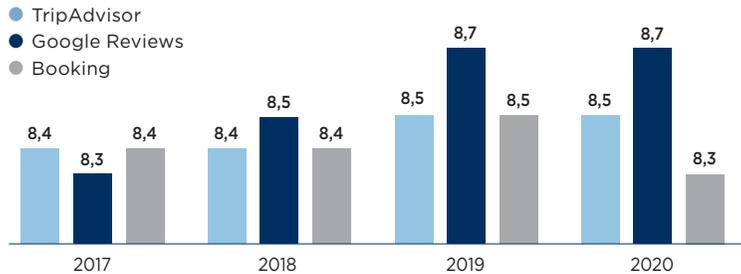
	2020	2019	Variación
Valoración encuesta NH Hotel Group (escala 1 a 10)			
General	8,7	8,6	+0,1pp
Servicio	9,2	9,1	+0,1pp
Nº de Valoraciones Encuesta NH*	62.920	134.489	71.569
Valoración online Group (escala 1 a 10)			
General	8,4	8,5	-0,1pp
Servicio	8,9	8,8	+0,1pp
Nº de Valoraciones Encuestas Online	268.878	551.227	282.349



IMPACTOS EN LA VISIBILIDAD Y PERCEPCIÓN DE CALIDAD

La percepción global de la calidad de la Compañía ha decrecido -0,1pp respecto al año anterior, afectado de manera relevante por la crisis sanitaria COVID-19 y las medidas de contingencia asociadas, cerrando 2020 con una nota global de 8,5. En relación con la nota global de valoraciones online, ésta ha caído hasta el 8,4 (-0,1 respecto al mismo periodo año anterior). Especialmente destacada la caída en nota de Booking.com, donde ha descendido hasta el 8,3 (-0,2 vs mismo periodo año 2019).

VISIBILIDAD DE HOTELES NH HOTEL GROUP EN TRIPADVISOR Y GOOGLE 2017-2020



Igualmente, durante el año 2020 todas las marcas de la Compañía se han visto impactadas por la crisis, siendo las notas globales finales de: 8,3 (-0,1 vs 2019), para NH Hoteles; 8,8 (-0,1 vs 2019) para NH Collection; y 8,5 (-0,1 vs año 2019) para nhow. En todos los casos, las notas globales son el resultado de la media entre los cuestionarios internos de NH Hotel Group y las valoraciones online.

HERRAMIENTAS DEL CENTRO ÚNICO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

El Centro Único de Atención al Cliente (CUAT) da soporte a los hoteles y a los clientes. Agrupa las áreas de Customer Care, NH Rewards y VIP Desk y ha continuado consolidando su recorrido durante 2020, ampliando su capacidad de respuesta y mejorando el nivel de servicio.

Módulo de SAP: TMS4 Customer Care

Se trata de un módulo que permite el registro de cualquier interacción con el cliente desde el momento de la recepción de la reclamación. El cliente puede gestionar su reclamación desde una multitud de canales: correo electrónico, teléfono, web, hoteles, redes sociales...

Los tipos de contacto se dividen entre comentarios o sugerencias, quejas, felicitaciones, peticiones, reclamaciones o incidencias técnicas.

Quality Focus

Semanalmente se realiza la extracción de las encuestas de satisfacción recibidas, identificándose las que se gestionarán desde *Customer Care*.

Dependiendo del tipo de reclamación recibida, el tipo de respuesta varía entre la interacción directa con el cliente, vía correo electrónico o teléfono; o el correo automático con respuesta estandarizada, para aquellos comentarios neutros.

En 2020, el área de Customer Care ha gestionado un total de 10.174 contactos desde el Centro Único de Atención al Cliente (ya sean felicitaciones, peticiones, sugerencias, quejas...); lo que supone una disminución de, aproximadamente, un 24% sobre los contactos totales gestionados desde el área con respecto a 2019.

Cabe destacar que en 2020 NH Hotel Group ha tenido una situación muy compleja a consecuencia del COVID-19, que ha llevado a la Compañía al cierre parcial/total de muchos hoteles y la gestión de muchas más reclamaciones e incidencias. Adicionalmente, las distintas cuarentenas establecidas no han permitido viajar a muchos clientes y todas las restricciones que todavía están vigentes en algunos países han limitado mucho el desplazamiento de las personas (Alemania ha sido el país más afectado, seguido por España e Italia). El cierre momentáneo de las fronteras, como por ejemplo de Reino Unido y Alemania, ha dificultado el desplazamiento hacia destinos habituales.

Durante este ejercicio ha habido un aumento considerable de contantos, promovido en muchos casos debido a la imposibilidad de movilidad mencionada anteriormente y a la solicitud por parte del cliente de modificación en la caducidad de sus puntos NH Rewards.

A la hora de gestionar las reclamaciones, éstas se resuelven mediante una carta de disculpas, la respuesta por parte del hotel o del departamento jurídico. En ocasiones, se ha llevado a cabo una compensación -en forma de bono descuento, carga de puntos de NH Rewards, upgrade gratuito de habitación, etc.

Las respuestas a los clientes se han respondido dentro del tiempo establecido en su gran mayoría, excepto en algunas ocasiones donde se han registrado picos de emails (con referencia a cancelaciones/modificaciones por causa de fuerza mayor, reembolsos o simplemente para pedir informaciones) que han tenido un impacto en los plazos de respuesta. Sin embargo, la Compañía continúa poniendo el foco en el cliente y su satisfacción.

Adicionalmente a las herramientas de reclamación previamente citadas, existen en la Compañía hojas oficiales de reclamaciones, de acuerdo con la legislación vigente de cada país.



NH Collection Royal Smartsuites
Barranquilla, Colombia

CONTACTOS RECIBIDOS POR EL ÁREA DE CUSTOMER CARE*

	2020		2019	
	Número	% sobre el total	Número	% sobre el total
Reclamaciones directas (SAP)				
Comentarios/Sugerencias	524	10,5	438	6,5
Felicitaciones	26	0,3	64	0,9
Incidencias técnicas	4	0,8	10	0,1
Quejas	955	8,5	2.610	38,5
Reclamaciones	2.199	23	670	9,9
Solicitudes	4.822	56,9	2.985	44
TOTAL	8.530		6.777	
Contactos de la encuesta al cliente (Quality Focus)				
Comentarios/Sugerencias	704	17	809	12
Felicitaciones	27	1	15	0,2
Incidencias técnicas	-	-	1	0,02
Quejas	549	13	1.275	19
Reclamaciones	60	2	48	0,7
Solicitudes	304	8	151	2,3
Mailing - respuesta automática	3.219	60	4.364	65
Total contactados por Encuestas a Clientes	4.863		6.663	
Total contactos Customer Care	10.174		13.440	
TOTAL QUEJAS	1.504		3.885	

*El alcance de estos datos incluye hoteles en gestión además del consolidado, ya que muchas de las reclamaciones y quejas recibidas no se pueden asignar a un hotel.

RECLAMACIONES RECIBIDAS POR RESOLUCIÓN APORTADA

Medida de resolución	Perímetro consolidado		Perímetro corporativo***	
	2020	2019	2020	2019
Respuesta a sugerencia/solicitud/comentarios	3.996	3.142	5.400	4.567
Puntos NH Rewards	1.282	210	1.381	248
Carta de disculpas	1.329	2.458	1.513	2.774
Respuesta desde el hotel	714	637	869	722
Reembolso	551	142	620	159
Bono de descuento	163	395	203	478
Carta de agradecimiento	10	20	13	28
Upgrade gratuito	9	14	9	15
Noche gratuita	5	4	5	5
Desayuno gratuito	3	5	3	5
Respuesta desde departamento legal	1	1	1	4
Otros	44	36	56	44
Error*	39	21	48	35
Ninguna**	12	13	13	18

*Duplicidades

**Incidencias técnicas - resolución aportada desde IT

***Incluye comentarios sobre políticas internas, reservas y otros servicios dependientes de HQ, no dependientes de ningún hotel.





COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE

El contacto directo con los clientes es clave para ofrecerles una oferta personalizada y hacer que su experiencia en NH sea cada vez mejor. En 2020, se han enviado más de 110 millones de emails a clientes.

Cliente responsable

NH Hotel Group busca integrar y hacer partícipes a los clientes de sus iniciativas sostenibles, ya sea generando oportunidades para una contribución social o promoviendo comportamientos responsables con el medio ambiente.

En esta línea, NH Hotel Group ha lanzado su iniciativa “**Green Stay**”, un nuevo servicio que se aplicará en varios hoteles de las unidades de negocio del sur y el norte de Europa. A través de esta iniciativa, la Compañía ofrece a los clientes que se alojan más de una noche, la opción de rechazar el servicio de limpieza de la habitación, contribuyendo al ahorro de agua, energía y otros recursos. Como recompensa a sus clientes, el hotel les ofrece un bono con una bebida de cortesía por cada día que participan en esta iniciativa.

Mejora en los canales directos de venta

El sector del turismo se ha visto gravemente golpeado como consecuencia de la pandemia del COVID -19. El crecimiento del negocio generado a través de la página web de NH Hotel Group desde su relanzamiento se sigue consolidando y en particular los primeros meses del 2020, fueron extraordinarios, con crecimientos año sobre año que alcanzaron el 14%.

A partir de marzo, el efecto de la pandemia en el 2020 ha afectado a todas las regiones, canales, segmentos, marcas y dominios. Las restricciones de movilidad y regulaciones relacionadas con los viajes emitidas por cada país han tenido un efecto significativo en el segmento B2B. En contrapartida, el segmento B2C ha ganado peso y hemos visto una recuperación del canal directo web más dinámica que la experimentada por los canales intermediados. Esto ha supuesto que se alcance un máximo histórico en cuanto a la contribución del canal web sobre las ventas totales de NH Hotel Group.

NH Hotel Group se apoya en canales directos e indirectos para la comercialización de sus productos. Dentro de los canales directos están los hoteles, el “Call Center” y la web. Ésta última ha ayudado en el 2020 a la comercialización de sus productos a través de 14 sites y microsites, utilizando 21 idiomas o localizaciones idiomáticas.

Nuestro espíritu es el poder adaptar y personalizar las experiencias de los millones de clientes que nos visitan a través de la web (tanto versión móvil como escritorio) y la app. Esta personalización, combinada con la aplicación sistemática de técnicas para la mejora de la conversión y usabilidad, con más de 370 experimentos en 12 meses, han permitido, incluso en un año tan particular como este, obtener mejoras de conversión web de doble dígito.

Programa NH Rewards

NH Rewards cuenta con más de 9,8 millones de miembros y constituye una de las propuestas de recompensas más completas a nivel global.

A través de sus cuatro categorías (Blue, Silver, Gold y Platinum), el programa de la Compañía reconoce y premia la lealtad de sus clientes habituales en cada estancia con beneficios como la obtención de puntos -equivalentes a euros- canjeables por noches gratuitas o servicios extras en el hotel sin restricción de fechas. Además, NH Rewards ofrece flexibilidad para pagar con puntos y efectivo, condiciones de precio especiales, privilegios exclusivos al reservar en la web y otros beneficios, así como una serie de servicios diferenciales que enriquecen la experiencia en los hoteles de todas las marcas de NH Hotel Group.

Desde NH Hotel Group se colabora activamente con UNICEF, apoyando sus esfuerzos por asegurar los derechos y bienestar de los niños en todo el mundo y responder frente a situaciones de emergencia. Para ello contamos con la implicación de clientes y empleados. Todos los fondos recaudados a través de donaciones de Puntos se donan en su totalidad a UNICEF y van destinados al desarrollo de programas de salud, educación y protección.

App NH Hotel Group

La app de NH Hotel Group y su enfoque van más allá de ser una herramienta de servicio básico para los clientes.

En línea con el espíritu innovador de la Compañía, se utiliza la app móvil como herramienta diferencial clave, y a su vez, como laboratorio, para luego catapultar nuevos conceptos de manera masiva y multi-dispositivo, como el servicio *FASTPASS* anteriormente mencionado y actualmente disponible en todos los dispositivos y las nuevas funcionalidades de la app para los protocolos de *Feel Safe at NH*. También cabe destacar que en este periodo la App ha alcanzado máximos históricos de share de contribución a la facturación de la Compañía.

SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES

NH Hotel Group ha reforzado los protocolos de higienización y limpieza en sus hoteles en línea con las indicaciones de la Organización Mundial de la Salud, siguiendo las regulaciones locales e inspirándose en prácticas médicas. Además, estos protocolos han sido revisados y adaptados a la nueva realidad por SGS (Société Générale de Surveillance), líder mundial en servicios de inspección, verificación y certificación.

De acuerdo con estos protocolos, las áreas comunes con un alto tráfico de personas como lobbies, recepción, halls y restaurantes son higienizadas con una mayor frecuencia y con un tipo específico de productos de limpieza y desinfección basados en prácticas médicas avanzadas. Asimismo, las zonas comunes del hotel disponen de señalética que especifique las delimitaciones evitando las aglomeraciones de personas y el contacto entre ellas, siempre dejando la distancia que exige la regulación local. Los muebles y los espacios cambian de diseño para cumplir con la normativa de distanciamiento de seguridad. Además, se ha proporcionado formación al equipo del hotel para ayudar al cliente en todo momento a cumplir con estas normas.

En esta línea, NH Hotel Group mantiene su compromiso para garantizar la seguridad e higiene alimentaria a nivel global, en cada uno de sus hoteles y centros de restauración. Así, la Compañía vela por que en todos los procedimientos de elaboración y servicios gastronómicos se cumplan con las normativas internacionales en materia de Análisis de riesgos y control de puntos críticos en *Food&Beverage* (HACCP). Por último, las cocinas y los aparatos de cocina son higienizados siguiendo protocolos hospitalarios, asegurando así en todo momento una correcta desinfección y descontaminación. Para ello, NH Hotel Group tiene suscrito un acuerdo internacional con una empresa externa especializada en Seguridad e Higiene alimentaria (Diversey), que audita, verifica y garantiza el cumplimiento de dichas normas, así como los registros legales obligatorios, análisis en laboratorio de alimentos, formación continua a los equipos en materia de salud e higiene alimentaria y manuales de higiene específicos por centro.

Durante el año 2020, con el soporte de Diversey se han adaptado los marcos documentales y el análisis de puntos críticos en el entorno de F&B (manuales de HACCP, Higiene Alimentaria...) a las nuevas normas requeridas en el entorno COVID-19. Asimismo, se han ampliado las guías con nuevos protocolos de control para la de reapertura de hoteles (listas de chequeos de limpieza y desinfección, superficies de alto contacto, uso adecuado de desinfectantes COVID-19, nuevos procedimientos de limpieza...).

Estos procesos son auditados de manera continua en todos los restaurantes y cocinas de NH Hotel Group. Así, todos los hoteles pasan controles periódicos de salubridad de alimentos por parte de Diversey y cualquier fallo que un proveedor cometa implica que, sin entrar en consecuencia penales, deba corregirlo o atenerse a la automática rescisión del contrato con NH Hotel Group.

Adicionalmente, en otras áreas de los hoteles, se consideran las siguientes medidas para garantizar la salud y seguridad de los clientes:

MEDIDAS PARA LA SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES

Prevención frente a la legionelosis	De acuerdo a la normativa local, se realizan limpiezas, registros, analíticas, etc.
Análisis de potabilidad del agua sanitaria para consumo humano	Realización de analíticas anuales en diferentes puntos de consumo y acumulación del hotel.
Pruebas de Calidad de Aire Interior (CAI)	En algunos hoteles se llevan a cabo pruebas de Calidad de Aire Interior.
Mantenimiento de los aparatos elevadores	Todos los aparatos elevadores reciben un mantenimiento mensual y cada dos años son sometidos a inspecciones legales por parte de una entidad autorizada.
Mantenimiento de las instalaciones de protección contra incendios	Las instalaciones de protección contra incendios reciben un mantenimiento trimestral, además de las inspecciones legales periódicas por parte de una entidad autorizada.
Mantenimiento de las salas de calderas e instalaciones de climatización	Las salas de calderas e instalaciones de climatización reciben un mantenimiento mensual.
Mantenimiento de las instalaciones de baja tensión	Estas instalaciones reciben un mantenimiento anual, además de la realización, cada cinco años, de las inspecciones legales correspondientes por parte de una entidad autorizada.
Mantenimiento de las instalaciones de alta tensión	Estas instalaciones reciben un mantenimiento anual, además de la realización, cada tres años, de las inspecciones legales correspondientes por parte de una entidad autorizada.
Limpieza de las campanas de cocina, conductos y ventiladores de extracción	De forma anual, se procede a la limpieza de todas las campanas de cocina, conductos extractores y ventiladores de extracción para evitar posibles incendios en las cocinas de los hoteles.
Sistemas de extinción automática en cocinas	Se han instalado sistemas de extinción automática en las cocinas de los hoteles.
Contratos de desinfección, desinsectación y desratización (DDD) y de control de plagas	Realización de procedimientos de desinfección, desinsectación y desratización y de control de plagas evitar y prevenir posibles infecciones o plagas en los hoteles.
Mantenimiento de puertas automáticas	El mantenimiento de las puertas automáticas garantiza su funcionamiento en un posible caso de evacuación para evitar golpes y atrapamientos accidentales.
Cortinas de luz en puertas de ascensores	Incorporación de cortinas de luz en puertas de ascensores para evitar golpes al acceder a estos.
Feel Safe at NH	<p>En NH Hotel Group se han implementado las siguientes medidas para que los clientes puedan disfrutar de una estancia cómoda y segura y operar al más alto nivel posible de responsabilidad y rendimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Certificados de inspección sanitaria. • Servicios digitales avanzados. • Protocolos de limpieza y desinfección mejorados. • Servicio de alimentos y bebidas adaptado a la situación actual. • Normas de distanciamiento de seguridad. • Equipo de protección personal y protocolos. • Protocolos de purificación de agua y calidad del aire. • Servicio de asesoramiento. • Protocolos de salud y seguridad para los empleados. • Gerente de Salud y Seguridad del Hotel.

WEBINAR GLOBAL PARA CLIENTES CORPORATIVOS, MICE Y OCIO

A finales de abril pretendíamos comprender mejor las implicaciones de COVID-19 para los viajes y explorar las expectativas de las empresas para el futuro, por ello, NH Hotel Group envió una encuesta global para sus clientes del segmento corporativo, MICE y ocio.

La encuesta, compartida con unos 12.000 clientes B2B a nivel mundial, tenía como objetivo obtener los conocimientos de los clientes de la Compañía sobre sus planes y necesidades post COVID-19.

El pasado 9 de junio, la Compañía organizó un webinar dirigido a estos clientes, principalmente para compartir con ellos los resultados de esta encuesta y para presentar el nuevo plan Feel Safe at NH.

El webinar, al que asistieron más de 500 personas, fue dirigido por Ramón Aragonés, CEO de NH Hotel Group, Fernando Vives, Chief Commercial Officer, y Javier Mármol, Vicepresidente de Experiencia y Calidad, y presentado por Natalie Moran, Directora Senior de MICE & Corporate. Ofrecieron una actualización de la situación actual de la Compañía y explicaron en detalle las acciones de Feel Safe at NH puestas en marcha en cada uno de los hoteles en correspondencia con las necesidades mencionadas en la encuesta por nuestros clientes.

Tras el éxito de este webinar, el equipo comercial ha replicado este formato en las diferentes Unidades de Negocio, donde se ha compartido con los clientes B2B locales los detalles de Feel Safe At NH, en sus idiomas correspondientes y adaptados a la normativa local.

HOTELES CADA DÍA MÁS ACCESIBLES

Fruto del compromiso de NH Hotel Group con la diversidad, inclusión y accesibilidad de los clientes en sus instalaciones, existen 349 hoteles, repartidos por todas las Unidades de Negocio que cuentan con elementos adaptados a necesidades especiales. NH Hotel Group sigue trabajando para que la accesibilidad llegue a todos los hoteles de la Compañía.

“El 95% de los hoteles cuentan con algún elemento de accesibilidad”

Adicionalmente, NH Hotel Group apuesta por la integración laboral de personas con discapacidad a través de compras responsables a Centros Especiales de Empleo como proveedores de servicios de lavandería. La cuota alcanzada por las compras a Centros Especiales de Empleo alcanzó en 2020 el 4,4%. (Estimada respecto a la plantilla de España, junto a los empleados del CEE asumibles a las compras de NH Hotel Group).

	Perímetro consolidado			Perímetro corporativo		
	2020	2019	Variación	2020	2019	Variación
Nº de hoteles con elementos adaptados a necesidades especiales	301	301	0%	349	344	1%
Nº de hoteles con ascensores accesibles	256	266	-4%	299	307	-3%
Nº de hoteles con parking para personas con discapacidad	207	211	-2%	246	244	1%
Nº de hoteles con zonas comunes adaptadas para personas con discapacidad física	276	277	0%	320	317	1%
Nº de habitaciones adaptadas para personas con discapacidad física	837	828	1%	933	920	1%

Tivoli Oriente
Lisboa, Portugal



NH ROOM4 RESPONSIBLE SHARED SUCCESS

H ROOM4 RESPONSIBLE SHARED SUCCESS: CADENA DE VALOR RESPONSABLE

La relación de NH Hotel Group con sus proveedores se basa en la comunicación y en la transparencia para promover el desarrollo de soluciones innovadoras y sostenibles. Asimismo, estas colaboraciones construyen el camino para cumplir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible fijados por el Grupo para la creación de trabajo decente y crecimiento económico (ODS 8) y para el consumo y producción responsable (ODS 12).

264,7 M€*

VOLUMEN DE COMPRAS ANUAL (GASTO + INVERSIÓN) EN 2020

-59% con respecto a 2019

196 M€

VOLUMEN TOTAL OPEX EN 2020

-42% con respecto a 2019

VOLUMEN DE COMPRAS POR UNIDAD DE NEGOCIO (OPEX + CAPEX)*

	2020	2019	Variación
BU América	15,5 M€	41 M€	-62%
BUNE	106,9 M€	261,1 M€	-59%
BUSE	142,3 M€	348,4 M€	-59%
TOTAL	264,7 M€	650,5 M€	-59%

* Excluidos los gastos por arrendamientos pagados, comisiones y rappels por ventas y suministros, entre otros.

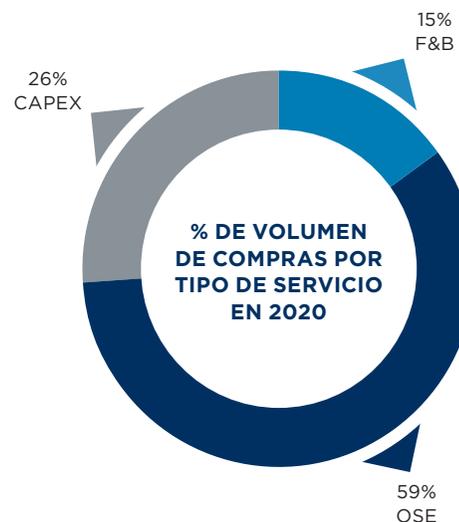
VOLUMEN DE COMPRAS POR TIPO DE SERVICIO EN SAP

	2020	2019	Variación
F&B (Alimentos y Bebidas)	39,4 M€	113,9 M€	-65%
OSE (Gastos operativos)	156,9 M€	356,6 M€	-56%
CAPEX (Obras)	68,4 M€	180,1 M€	-62%

La gestión estratégica de las compras ha comenzado a dejar de priorizar exclusivamente la eficacia en la negociación del precio, frente a otros factores. Esta crisis ha llevado a NH Hotel Group a realizar un análisis de los proveedores actuales, comprobando la trazabilidad de sus productos y de sus componentes, y exigiendo su flexibilidad de producción, para asegurarse el suministro, así como la sostenibilidad de sus productos.

A todos los proveedores de NH Hotel Group, tanto homologados como no homologados, se les ha exigido acatar las medidas de seguridad y desinfección excepcionales anti-COVID-19 para la entrega de mercancía y prestación de servicios en nuestros hoteles.

Las consecuencias económicas de la pandemia han obligado a NH Hotel Group a buscar proveedores y mercados alternativos, incluso en distintas áreas geográficas, de ahí que la homologación de proveedores haya decrecido en relación con 2019. Esta caída está provocada por dos motivos fundamentales: por un lado, la compra de servicios relacionados con la COVID-19 a proveedores no homologados debido a la urgencia en la necesidad de estos materiales, como por ejemplo los EPIS, y por otro la eliminación de gran parte de los proveedores de outsourcing, de seguridad y de lavandería por el cierre de nuestros hoteles.



NH Collection Buenos Aires Lancaster
Buenos Aires, Argentina



POLÍTICA DE COMPRAS

NH Hotel Group tiene una Política de Compras formal y obligatoria, que marca las directrices a seguir por parte de los distintos departamentos, ya sean Corporativos o de Unidad de Negocio, en situaciones que afecten o puedan afectar a las contrataciones externas de la Compañía.

La Política de Compras contribuye a reforzar:

- El compromiso de garantizar transparencia, honestidad y ética en la función de compras.
- La necesidad de llevar a cabo procesos de contratación profesionales para optimizar los resultados.
- La necesidad de alineación con las directrices de control interno, así como actualización y comunicación en tiempo y forma a todos los empleados de la Compañía.

Al igual que el Código de Conducta de Proveedores de Coperama, el Código de Conducta de NH Hotel Group forma parte del contrato de homologación del departamento de Compras desde 2012.

La no aceptación de estos códigos éticos en la fase de selección de proveedores aptos para participar en las siguientes fases del concurso es un criterio de exclusión. El departamento de Compras incluye en el proceso de selección de proveedores un amplio cuestionario de homologación (RFI) que se evalúa automáticamente en función del compromiso de los proveedores y sus políticas. Como hito relevante en 2020, y con la finalidad de asegurar una operación responsable y conseguir relaciones a largo plazo con los proveedores, NH Hotel Group ha actualizado su RFI, ampliando los criterios ESG en su proceso de compras responsables, aumentando el peso de la puntuación en las preguntas referentes a Sostenibilidad y priorizando a los proveedores que cuenten con criterios sostenibles. Este cuestionario forma parte de la evaluación global para el proceso de validación.

1.816

Proveedores que han firmado el Código de Conducta

71

nuevos proveedores con el Código Ético firmado

Durante 2020, se han adherido al Código de Conducta de NH Hotel Group y al de Coperama un total de 72 nuevos proveedores a nivel global. De esta forma, en 2020 el número de Códigos Éticos firmados con proveedores activos ha alcanzado un total de 1.816, frente los 1.872 del año pasado, un 3% menos.

SELECCIÓN DE PROVEEDORES

Desde 2010, los diferentes departamentos de Compras de la Compañía progresivamente han pasado a convertirse en las diferentes Coperamas (empresas 100% pertenecientes a NH Hotel Group). Su función consiste en la búsqueda, cualificación y homologación de proveedores, así como la negociación y licitación de los bienes y servicios necesarios para el correcto funcionamiento de la gestión hotelera. Cada Coperama local da servicio a las Regiones de las Unidades de Negocio de NH Hotel Group que tiene asignadas, Coperama Holding proporciona servicio a nivel corporativo al Grupo en todas sus localizaciones.

Aunque en la actualidad NH Hotel Group no realiza auditorías sociales y medioambientales a sus proveedores, trabaja de manera continua para alinear criterios ESG con la gestión sostenible de la cadena de suministro. Para asegurar un aprovisionamiento responsable, la Compañía ha desarrollado una serie de procedimientos que refuerzan el compromiso con la cadena de suministro. Se trata de los procedimientos de gestión de proveedores, el cuestionario para la homologación de éstos (RFI), el Código de Conducta de Proveedores de Coperama y el Código de Conducta de la Compañía, ambos de aceptación obligatoria para todos los proveedores homologados.

Tal y como se recoge en la Política de Compras de NH Hotel Group, todos los servicios o productos englobados en categorías susceptibles de ser licitadas por Coperama, forman parte del Perímetro de Compras. Dentro del volumen de compras total de OPEX, el Perímetro de Compras alcanza el 90% de los hoteles de perímetro consolidado de NH Hotel Group.

El Perímetro de Compras es revisado periódicamente por NH Hotel Group y Coperama con el fin de que éste esté adaptado en todo momento a las necesidades de la Compañía.

En el área de OPEX:

177 M€

Volumen total perímetro de compras

127 M€

Volumen de compras homologadas del perímetro de compras

71,7%

Compra homologada de perímetro de compras

La bajada del cumplimiento durante este año se debe principalmente a la eliminación del servicio de Limpieza y de Seguridad durante los meses en los que permanecían los hoteles cerrados. A su vez, como se ha indicado anteriormente, cuando se buscaban EPIs para los hoteles se compraba a proveedores no homologados por motivos de urgencia y de oportunidad.

CICLO DE VIDA DE LA HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES EN NH HOTEL GROUP

La selección de proveedores, así como la relación de trabajo con estos se basa en la transparencia, honestidad y ética con el claro objetivo de poder garantizar una excelente prestación de servicios, eficiente y de calidad. La gestión de proveedores comienza cuando se detecta una necesidad hasta que finalmente se realiza la prestación del servicio:



Antes de comenzar el proceso de compra propiamente dicho se realiza una homologación, que permite generar una base de datos de proveedores que han sido evaluados y que cumplen los requisitos de NH Hotel Group en materias tanto económicas y de calidad, como de ESG.

Existen algunos criterios que, de no ser aceptados o implementados por los proveedores, resulta su expulsión del concurso de forma automática. Uno de estos criterios es, la firma tanto el Código de Conducta del Grupo como el Código de Conducta de Coperama, que fijan los compromisos medioambientales y laborales por los que se rige NH Hotel Group.

Durante todo el proceso se pone especial foco en la sostenibilidad, para intentar mitigar los posibles impactos negativos en el medioambiente, mientras atenúamos los riesgos inherentes a la operativa de nuestra cadena de suministro.

1.816

Proveedores homologados



GESTIÓN DE PROVEEDORES

NH Hotel Group está focalizando sus esfuerzos en lograr una gestión sostenible en toda la cadena de suministro. El Modelo de Gestión de Proveedores tiene como objetivo disponer de los mejores proveedores a través de procedimientos de negocio que garanticen la transparencia y la igualdad de condiciones para los diferentes ofertantes. La Compañía ofrece un modelo con enfoque ganador para todas las partes con un compromiso de relación a largo plazo. La cualificación del proveedor es el requisito necesario para participar en los procesos de compras y se obtiene como resultado del proceso de homologación.

En esta línea, NH Hotel Group fomenta la compra homologada en la mayoría de sus hoteles, identificando desde el propio hotel la necesidad de productos necesarios. Así, Coperama tiene la labor de aprobar y homologar a los potenciales proveedores. En conjunción con nuestros objetivos de aprovisionamiento responsable, continuaremos identificando productos de alta calidad que sean ambientalmente aceptables y socialmente responsables. Estos esfuerzos contribuirán al desarrollo de productos responsables en todas las geografías donde estamos presentes y en el futuro.

Los hoteles que consolidan poseen distintos indicadores de seguimiento para controlar las compras a proveedores homologados dentro del Perímetro de Compras.

Durante 2020, no se han cumplido los objetivos en todas las Unidades de Negocio a causa de la pandemia mundial.

71,7%
Compra homologada

91%
Objetivo de compra homologada en 2020

94%

Del volumen de las compras en 2020 corresponde a proveedores locales*

11.225
Proveedores totales**

10.636
Proveedores locales*

* En NH Hotel Group entendemos como proveedor local, aquel proveedor cuya central está en el mismo país en el que se encuentra su sede fiscal y como internacional cuando se encuentra en un país distinto.

** La suma del número de proveedores difiere del número de proveedores totales, ya que un mismo proveedor puede servir a más de una Unidad de Negocio.

Número de proveedores por Unidad de Negocio*

	2020	2019	Diferencia
BU América	2.266	3.365	-33%
BUNE	4.442	6.428	-31%
BUSE	4.647	6.670	-33%
TOTAL	11.355	16.463	-32%

* La suma del número de proveedores difiere del número de proveedores totales, ya que un mismo proveedor puede servir a más de una Unidad de Negocio

Otras cifras relevantes de cadena de valor responsable

	2020
Volumen total de compra homologada (OPEX) a nivel global	196 M€
Volumen total de compra homologada (CAPEX) a nivel global	68 M€
% del volumen que se concentra en las Unidades de Negocio europeas	94%





GESTIÓN DE RIESGOS EN LA CADENA DE SUMINISTRO: PROVEEDORES CRÍTICOS

22%

Volumen de compra a proveedores críticos

390

Proveedores críticos identificados

NH Hotel Group trabaja para extender la sostenibilidad a una cadena de suministro en permanente mejora, con la innovación siempre presente, formada por los mejores socios y proveedores. El proceso de gestión de la cadena de suministro se basa en la valoración de los factores de riesgo intrínsecos a la externalización de un servicio o al suministro de un producto.

NH Hotel Group utiliza su Plataforma de Negociación Electrónica para la gestión de las licitaciones. Esta herramienta permite, a través de su RFI (*Request for Information*), evaluar y analizar la situación legal, financiera, medioambiental, operacional y sociolaboral de aquellos proveedores que se presentan a los concursos. De esta forma, se reducen los posibles riesgos que puedan generar los proveedores en futuras operaciones con la Compañía. En esta parte de la licitación, los proveedores han de aceptar tanto el Código de Conducta del Grupo como el Código de Conducta de Proveedores de Coperama que incluye compromisos medioambientales y laborales.

Para llevar a cabo su gestión, NH Hotel Group tiene identificados a sus proveedores críticos como aquellos que puedan afectar a la Compañía a nivel reputacional (o generen un riesgo operativo y/o legal) o por tener un volumen significativo de facturación o por disponer de productos especialmente diseñados para la Compañía. De acuerdo con la definición anterior, las categorías críticas para NH Hotel Group serían la subcontratación de servicios de limpieza, servicios de seguridad, lavandería, amenities y textiles, pertenecientes estos últimos al Tier 2.

La selección de estos proveedores debe llevarse a cabo mediante los más altos estándares de calidad, los cuales serán establecidos por el documento RFP (*Request for Proposal*), con preguntas técnicas. Para esta evaluación inicial se exige adjuntar documentación específica que acredite la veracidad de la información facilitada. Esta primera evaluación se complementa con un filtro intrínseco a la licitación que es el del cumplimiento de los requisitos técnicos que aparecen en la misma.

Como novedad, durante 2020 se ha elaborado un cuestionario de autoevaluación de proveedores. Los principales proveedores de NH Hotel Group, deberán contestar anualmente un cuestionario con criterios ESG establecidos por la Compañía. Este cuestionario de autoevaluación permitirá a los proveedores aportar información adicional a considerar relacionada con criterios ESG. En base a los resultados, la Compañía implementará ajustes y mejoras que considere necesarias.

Debido a la actual crisis sanitaria, el envío del cuestionario a proveedores se realizará en 2021, ya que por falta de recursos se ha ralentizado el proceso.

Posteriormente, y como parte del contrato de homologación, se aplica el SLA (*Service Level Agreement*) que parametriza el nivel de servicio y penaliza cualquier desviación en el servicio ofertado por el proveedor. Los servicios de los proveedores son controlados por los hoteles o departamentos, que son los usuarios finales de estos. En caso de queja, se avisa a Coperama, que, dependiendo de la severidad del error, exige la corrección inmediata de éste o directamente rescinde el contrato con el proveedor. Durante 2020, no se ha dado este caso en ninguna de las Unidades de Negocio.



NH ROOM4 RESPONSIBLE SHARED SUCCESS: ALIANZAS SOSTENIBLES

NH Hotel Group promueve las alianzas y colaboraciones estratégicas en sostenibilidad. La Compañía es consciente de la importancia de la colaboración entre instituciones para cumplir la agenda de desarrollo sostenible. Por eso, la Compañía establece alianzas sobre la base de principios, valores y objetivos comunes con diferentes organizaciones, ya sean de ámbito público o privado y a nivel mundial, regional, nacional y local.

DIÁLOGO CON GRUPOS DE INTERÉS

La Compañía considera grupos de interés (partes interesadas o stakeholders) a aquellos individuos o grupos sociales que se ven afectados por las actuaciones presentes o futuras de la Compañía.

Esta definición incluye tanto a los grupos de interés que forman parte de la cadena de valor de la Compañía: accionistas, empleados, inversores, clientes y proveedores, considerados como socios en el desarrollo de los negocios; como a los externos: administraciones, gobiernos, medios de comunicación, sector empresarial, sindicatos y sociedad en general, comenzando por las comunidades locales en las que la Compañía desarrolla sus actividades.

La opinión y las necesidades de los *stakeholders* son de gran relevancia para NH Hotel Group ya que se aúnan esfuerzos para alcanzar objetivos comunes. En este sentido, es clave una comunicación bidireccional clara y continua con todos ellos.

NH Hotel Group mantiene un diálogo constante y fluido con sus grupos de interés, implicándose en las comunidades locales, a través de múltiples canales y formatos, con el objetivo de mantener a la Compañía actualizada sobre las nuevas demandas y necesidades, así como de responder mejor a las inquietudes y opiniones de los grupos de interés.

GRUPO DE INTERÉS	MECANISMOS DE DIÁLOGO Y PARTICIPACIÓN
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas de satisfacción • Redes sociales • Programa de fidelización NH Rewards • Campañas o vídeos corporativos • Acciones de publicidad • E-mail para reclamaciones, quejas y sugerencias • Webinars
Empleados	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas de satisfacción / clima • Comunicación interna: Newsletters, Town Halls, charlas, intranet, MyNH App, Comunicados varios. • Time For You (TFY) • Estado de Información No Financiera
Comunidad y entidades sin ánimo de lucro	<ul style="list-style-type: none"> • Organización y participación en distintos foros, reuniones, conferencias, jornadas, etc. • Publicidad y medios de comunicación • Reuniones periódicas y comunicación directa con distintas organizaciones sociales • Plataforma interna de comunicación • Acciones de voluntariado • Estado de Información No Financiera
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación directa y reuniones presenciales • Publicidad y medios de comunicación • Plataforma de homologación para proveedores con criterios de RSC • Estado de Información No Financiera
Accionistas e inversores	<ul style="list-style-type: none"> • Junta General de Accionistas • Newsletters • Proxy Advisors • Roadshows • Página web • Estado de Información No Financiera
Administración Pública	<ul style="list-style-type: none"> • Relaciones institucionales • Asociaciones sectoriales • Acuerdos y licitaciones

RELACIÓN CON ASOCIACIONES

Además del impacto positivo propio de su actividad, dando servicio a las ciudades y sus turistas, NH Hotel Group contribuye con la comunidad formando parte de asociaciones, cámaras de comercio o fundaciones que promuevan las inquietudes e impulsen proyectos para obtener objetivos conjuntos.

La Compañía forma parte de organizaciones clave, con las que colabora activamente a través de la elaboración de informes y a las que se destinan recursos que permitan una mejora continua, compartiendo experiencias, conocimiento y potenciando la influencia de la Compañía. Por su relevancia, destaca la adhesión de NH Hotel Group al Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Pacto Mundial de Naciones Unidas (Global Compact)

Desde 2006, NH Hotel Group está adherida al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, considerando sus 10 principios y los Objetivos de Desarrollo Sostenible como marco de referencia para el diseño de la estrategia y gestión de la Responsabilidad Corporativa de la Compañía.



Esta es nuestra **Comunicación sobre el Progreso** en la aplicación de los principios del **Pacto Mundial de las Naciones Unidas**.

Agradecemos cualquier comentario sobre su contenido.

Sustainable Hospitality Alliance

Sustainable Hospitality Alliance, anteriormente International Tourism Partnership (ITP) es una plataforma mundial que reúne a los actores líderes internacionales del sector turístico y que tiene como objetivo compartir e implementar prácticas que garanticen un comportamiento sostenible en la gestión turística. El acuerdo en estos ámbitos tiene la finalidad de complementar los objetivos individuales de las Compañías con la creencia de que sólo a través de la colaboración se puede conseguir el impacto más significativo en estos temas responsables, que son los más urgentes a los que se enfrenta la industria en la actualidad. Hasta 2020 NH Hotel Group ha formado parte de esta plataforma, y confía en poder retomar su adhesión en los próximos años.

CONTRIBUCIONES A ASOCIACIONES DESTACADAS EN 2020

La Compañía forma parte de diferentes asociaciones para estar informada en todo momento y conseguir los objetivos marcados.

CONTRIBUCIÓN A ASOCIACIONES

	2020	2019
Asociaciones sectoriales	82.782 €	582.384 €
Fundaciones o asociaciones sin ánimo de lucro	6.819 €	20.655 €
Cámaras de comercio	3.938 €	38.448 €
Asociaciones culturales	21.990 €	31.762 €
Asociaciones relacionadas con el medio ambiente	1.000 €	72.405 €
Total	116.528 €	745.653 €

Durante el ejercicio 2020, NH Hotel Group realizó una aportación total de 116.528 €, distribuidos entre asociaciones sectoriales, culturales, sociales, relacionadas con el medio ambiente, y cámaras de comercio. La significativa reducción de las aportaciones respecto al ejercicio anterior, responde a las drásticas medidas de contingencia adoptadas como consecuencia de la crisis derivada del COVID-19.





NH ROOM4 PEOPLE: EMPLEADOS

NH Hotel Group cuida de sus empleados y busca su compromiso e involucración con el negocio sostenible de la Compañía, de modo que esté integrado en sus actividades diarias. Todo ello a través de una comunicación fluida y reconociendo su compromiso responsable.

Dentro de la estrategia de negocio de NH Hotel Group, la cultura corporativa es clave. La Compañía considera el capital humano como su principal activo, y entiende que, para construir una cultura corporativa de liderazgo, es imprescindible gestionar la atracción y desarrollo de talento, así como sostener su motivación y su orgullo de pertenecer a NH Hotel Group.

A lo largo de 2020, NH Hotel Group ha tenido que actuar para paliar las graves consecuencias del COVID-19 en su negocio y resultados. Con este objetivo, la Compañía, siempre con la máxima de proteger en la medida de lo posible el empleo a largo plazo, ha lanzado un plan de contingencia para reducir temporalmente su plantilla y, consecuentemente, ajustar sus costes de personal a la realidad del negocio, a través de suspensiones de contrato, reducciones de jornada, solicitud de subsidios extraordinarios disponibles en algunos países, cancelaciones de vacantes y/u otras medidas tomadas de acuerdo a la legislación laboral en cada país.

La práctica totalidad de la plantilla, en todas las categorías profesionales, se ha visto afectada por alguna de estas medidas, afectando por igual a hombres y mujeres.

Incluso en este contexto tan desfavorable, NH Hotel Group ha sostenido su cultura corporativa y el compromiso con sus valores, buscando la coherencia y fidelidad con su vigente estrategia de People, convencidos de que es lo que se necesita para ganarse la credibilidad y confianza de sus team members, el mayor activo para la Compañía.



En esta reorganización de prioridades derivadas de las circunstancias, los esfuerzos se han focalizado en tres ejes: CONECTAR con los empleados reforzando la comunicación, CUIDARLES garantizando su seguridad, salud y su bienestar, y dar RESPUESTA como BUSINESS PARTNER a las demandas de la Compañía, es decir, en la formación al personal de operaciones para asegurar la efectiva implementación de las medidas de Feel Safe at NH con nuestros clientes.

Con este marco de trabajo, NH Hotel Group ha lanzado multitud de iniciativas para cuidar de sus empleados en momentos tan complejos. Entre ellas destaca **“With You”**, un proyecto de engagement interno diseñado para dar a los equipos herramientas, consejos y recursos formativos con los que reforzar aquellas competencias clave durante esta etapa, no sólo a nivel profesional sino también para mejorar su bienestar personal. Bajo **“With You”**, y entre otras acciones, los empleados de NH han recibido contenidos orientados a gestionar el estrés, han accedido a kioscos digitales sin coste, han tenido a su alcance clases de idiomas, han podido recoger material de oficina para mejorar su experiencia de trabajo en remoto, y han tenido acceso a dos plataformas e-learning externas internacionales: **Typsy** y **GoodHabitiz**. Ambas plataformas incluyen múltiples recursos formativos para que cada empleado pueda trabajar en su plan de desarrollo profesional, incorporar nuevos conocimientos y, en definitiva, seguir invirtiendo en su crecimiento profesional.

**“Nuestros empleados:
embajadores de nuestros
valores, posibilitan los logros
de la Compañía”**

Además, la Compañía ha sido pionera en la industria con **Feel Safe at NH**, un conjunto de protocolos de salud y seguridad, certificados por expertos en seguridad, e implementados en sus hoteles para garantizar la salud y la seguridad de los *team members* y clientes. Gracias a la activa involucración de Directores de Hotel y Jefes de Departamento, se logró tomar la delantera a la situación y se aseguró que los empleados asumieran, siguieran e implementaran los nuevos estándares de Seguridad y Salud en los hoteles en todas nuestras operaciones.

En unas circunstancias de teletrabajo forzoso, se facilitó el trabajo en casa desde el primer día con todo el apoyo técnico y otras facilidades como la recogida de material de oficina (pantalla, teclado y silla de oficina). Por otra parte, la Compañía preparó un Plan de regreso a las oficinas, para que todos los empleados que regresaran parcialmente y de forma voluntaria a las mismas, una vez que se levantaron los confinamientos, dispusieran de toda la información relativa a los protocolos de Seguridad y Salud que debían cumplir.

Con todo ello, NH Hotel Group ha seguido cuidando de sus equipos y dándoles herramientas para gestionar lo mejor posible la tensión e incertidumbre que la pandemia ha traído durante 2020.

En paralelo, NH Hotel Group ha seguido mostrando su compromiso con las comunidades en las que desarrolla su actividad a través **NH Response**. Si bien el programa fue concebido para ayudar a la sociedad en los momentos más duros de la crisis, hubo algunas situaciones en las que los propios *team members* eran los que se convertían en colectivos vulnerables. Para ellos, la Compañía, líderes y colaboradores se unieron a través de sus donaciones e hicieron posible la entrega de alimentos básicos no perecederos a nuestros compañeros y sus familias.

ESTRATEGIA DE PEOPLE

El objetivo inicial durante 2020 era consolidar las políticas y proyectos clave dentro del Plan Estratégico de Recursos Humanos de la Compañía, agrupado en torno a 3 pilares principales: “Liderazgo global y Gestión del talento”, “Máximo rendimiento” y “Mejor Lugar para Trabajar” y un 4º pilar transversal: “Transformación y Nuevas tecnologías”.

Sin embargo, la crisis del COVID -19 implicó un giro en todos los proyectos previstos. NH Hotel Group sí que mantuvo a lo largo del año el foco en sus pilares estratégicos, pero replanteando cada acción e iniciativa para darles el sentido y la utilidad dentro del contexto individual, social y de compañía tan complejo que ha supuesto la pandemia.

LIDERAZGO GLOBAL Y GESTIÓN DEL TALENTO	MÁXIMO RENDIMIENTO	MEJOR LUGAR PARA TRABAJAR
Continuar impulsando y transmitiendo el liderazgo dentro de NH Hotel Group, enfocando los esfuerzos y la inversión en el talento interno que tenga el potencial para marcar la diferencia en la estrategia de la Compañía y convertirse en modelos de nuestra cultura.	Siendo reconocidos como equipo modelo de alto rendimiento en la que se anima a todos los empleados a desarrollarse y dar lo mejor de sí mismos, y en la que se diferencia, reconozca y recompense el alto desempeño.	Haciendo de nuestros empleados los mejores embajadores de marca, sustentado en su alto nivel de compromiso, e incrementar el reconocimiento de NH Hotel Group como una de las mejores empresas para trabajar.

TRANSFORMACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

Buscar, evaluar y aprovechar las oportunidades para evolucionar y desarrollar nuestro entorno de trabajo para hacerlo cada vez más ágil, conectado y productivo, y para adquirir habilidades analíticas predictivas avanzadas. Todo ello con políticas y procesos claros, cumpliendo las promesas de manera proactiva, apoyando, desarrollando e implementando el modelo operacional de NH Hotel Group, y controlando el coste de personal y partidas presupuestarias relacionadas.

A continuación, se destacan los principales proyectos desarrollados dentro de cada pilar estratégico:

LÍNEAS DE TRABAJO ESTRATÉGICAS DE RECURSOS HUMANOS EN 2020

Liderazgo global y gestión de talento

Soporte a los managers en la gestión de sus equipos en circunstancias extraordinarias (comunicación de medidas laborales con carácter temporal, gestión de equipos en remoto, gestión de conversaciones difíciles, etc)

Consolidación del modelo de gestión de talento y diseño de materiales formativos para su implantación en todo el mundo NH.

Seguimiento de planes de desarrollo y sucesión de posiciones clave.

Máximo rendimiento

Plan de contingencia en términos de costes de personal, ajustándolos a la realidad del negocio.

Seguimiento y control de los costes de personal; optimización de las herramientas laborales puestas en marcha por parte de cada Gobierno.

Promoción de conversaciones de feedback, orientación y motivación a empleados activos.

Despliegue de la formación Feel Safe at NH, formando a los equipos en los nuevos estándares operativos.

Mejor lugar para trabajar

Iniciativas para sostener el engagement y el sentido de pertenencia a NH Hotel Group de todos los empleados.

Lanzamiento de contenidos formativos y acceso a plataformas de aprendizaje, para potenciar el auto-desarrollo de empleados en situación de suspensión de contrato.

Diseño de canales de comunicación específicos para actualizar a los empleados sobre la situación de compañía y los planes de recuperación (COVID-19 & Feel Safe at NH).

Diseño de programas de reboarding para apoyar la reapertura tanto de hoteles como de oficinas centrales



NUESTRO CAPITAL HUMANO

Toda la información relativa a empleados corresponde a datos de plantilla media, obtenidos de FTEs (Full Time Equivalents) para todo tipo de empleados (exceptuando Outside Labour, Extra Labour y Trainees) considerando hoteles en propiedad, alquiler y gestión, recogidos en el sistema de gestión ERP SAP HCM de NH Hotel Group.

EMPLEADOS POR UNIDAD DE NEGOCIO

	Perímetro consolidado			Perímetro corporativo		
	2020	2019	Variación	2020	2019	Variación
Oficinas Centrales y CRO	517	508	2%	517	508	2%
BU América	1.596	1.735	-8%	2.006	2.257	-11%
BUNE	4.408	4.585	-4%	4.897	5.141	-5%
BUSE	4.591	4.636	-1%	5.430	5.199	4%
Total	11.112	11.464	-3%	12.850	13.105	-2%

Con respecto al año anterior, ha habido un ligero descenso de la plantilla en BUNE, y uno más significativo en BU América motivado por el ajuste de plantilla que se ha tenido que realizar como consecuencia del cierre de los hoteles y reducción de la actividad durante el año, y en línea con lo que la legislación permite en cada país.

Durante 2020, NH Hotel Group tenía 12.850 empleados, ubicados en 24 países, donde el 51% son mujeres y el 49% hombres.

DESGLOSE DE EMPLEADOS POR GÉNERO

	Perímetro consolidado			Perímetro corporativo		
	2020	2019	Variación	2020	2019	Variación
Mujeres	5.689	5.852	-3%	6.551	6.676	-2%
Hombres	5.423	5.612	-3%	6.299	6.429	-2%
Total	11.112	11.464	-3%	12.850	13.105	-2%

DESGLOSE DE EMPLEADOS POR EDAD

	Perímetro consolidado			Perímetro corporativo		
	2020	2019	Variación	2020	2019	Variación
Menores de 25 años	1.011	1.249	-19%	1.185	1.471	-19%
Entre 25 y 40 años	4.905	5.152	-5%	5.695	5.932	-4%
Mayores de 40 años	5.196	5.023	3%	5.970	5.655	6%
Total*	11.112	11.424	-3%	12.850	13.058	-2%

*Menos de un 1% sin datos de edad



EMPLEADOS POR PAÍS

	Perímetro consolidado			Perímetro corporativo		
	2020	2019	Variación	2020	2019	Variación
Argentina	340	361	-6%	423	444	-5%
Austria	261	284	-8%	261	284	-8%
Bélgica	570	614	-7%	570	614	-7%
Chile	149	172	-13%	163	194	-16%
Colombia	468	523	-11%	468	523	-11%
Cuba	-	-	-	1	-	-
Suiza	62	66	-6%	62	87	-29%
República Checa	-	-	-	166	195	-15%
Alemania	1.923	2.027	-5%	1.923	2.027	-5%
Ecuador	54	60	-10%	54	60	-10%
España	3.291	3.462	-5%	3.411	3.596	-5%
Francia	131	132	-1%	131	132	-1%
Hungría	27	34	-21%	27	34	-21%
Italia	1.164	1.232	-6%	1.165	1.233	-6%
Irlanda	69	-	-	69	-	-
Luxemburgo	37	45	-18%	37	45	-18%
México	553	588	-6%	867	1.005	-14%
Holanda	1.406	1.449	-3%	1.624	1.692	-4%
Portugal	511	311	64%	1.229	738	67%
Rumanía	29	35	-17%	51	67	-24%
Eslovaquia	-	-	-	55	62	-11%
Gran Bretaña	25	30	-17%	52	34	53%
USA	12	8	50%	12	8	50%
Uruguay	31	31	0%	31	31	0%
Total	11.112	11.464	-3%	12.850	13.105	-2%

DESGLOSE DE EMPLEADOS POR CATEGORÍA PROFESIONAL

	Perímetro consolidado			Perímetro corporativo		
	2020	2019	Variación	2020	2019	Variación
SERVICIOS CENTRALES						
Top Management	93	93	0%	93	93	0%
Middle Management	472	440	7%	472	440	7%
Staff	1.091	1.092	-0,1%	1.091	1.092	0%
Total	1.656	1.625	2%	1.656	1.625	2%
HOTEL						
Top Management	289	296	-2%	320	327	-2%
Middle Management	1.445	1.429	1%	1.634	1.596	2%
Staff	7.722	8.114	-5%	9.240	9.557	-3%
Total	9.456	9.839	-4%	11.194	11.480	-2%
TOTAL						
Top Management	382	389	-2%	413	420	-2%
Middle Management	1.917	1.869	3%	2.106	2.035	3%
Staff	8.813	9.206	-4%	10.331	10.650	-3%
Total	11.112	11.464	-3%	12.850	13.105	-2%

Las categorías por las que se desglosa toda la información son las siguientes:

- **Top Management:**
 - SSCC/Oficinas Corporativas: Chief Officer, Senior Vice President, Vice President, Senior Director y Director Regional.
 - Hotel: Director y Deputy.
- **Middle Management:**
 - SSCC/Oficinas Corporativas: Director y Manager.
 - Hotel: Jefes de departamento.
- **Staff:**
 - SSCC/Oficinas Corporativas: Executive, Staff y Assistant.
 - Hotel: Resto de posiciones de hotel.

CREACIÓN DE EMPLEO DE CALIDAD Y RETENCIÓN DEL TALENTO

La apuesta de NH Hotel Group por la estabilidad laboral se pone de manifiesto gracias al alto porcentaje de empleados con contrato indefinido. La Compañía fomenta la estabilidad laboral, especialmente de mujeres y en colectivos menores de 40 años. Así, en 2020, el 87% del promedio de los contratos de mujeres para los centros de perímetro consolidado son indefinidos - 8 puntos más que el ejercicio anterior. Además, el 85% del promedio de los empleados entre 25 y 40 años tienen contrato indefinido.

El promedio de contratos se ha calculado dividiendo el total de días de contrato por categoría de cada empleado entre el total de días de año.

PROMEDIO ANUAL DE MODALIDADES DE CONTRATOS

	Perímetro consolidado		
	2020	2019	Variación
Contratos temporales	1.585	2.476	-36%
Contratos indefinidos	10.192	9.532	7%
Total	11.777	12.008	-2%
Contratos a tiempo parcial	1.342	1.291	4%
Contratos parciales indefinidos	1.096	890	23%
Contratos parciales temporales	246	401	-39%

MUJERES

Contratos temporales	796	1.297	-39%
Contratos indefinidos	5.345	4.961	8%
Total	6.140	6.258	-2%
Contratos a tiempo parcial	958	912	5%

HOMBRES

Contratos temporales	789	1.179	-33%
Contratos indefinidos	4.848	4.570	6%
Total	5.637	5.749	-2%
Contratos a tiempo parcial	384	378	2%

Los contratos parciales son un tipo de contrato tanto para la modalidad contractual temporal como indefinida.
Los empleados jubilados a tiempo parcial se considera una modalidad de contratos temporales.

PROMEDIO ANUAL DE MODALIDADES DE CONTRATO POR EDAD

	Perímetro consolidado					
	2020			2019		
	< 25 años	25 - 40 años	> 40 años	< 25 años	25 - 40 años	> 40 años
Promedio anual contratos temporales	549	740	296	850	1.087	533
Promedio anual contratos indefinidos	585	4.342	5.265	493	4.183	4.810
Total	1.134	5.082	5.561	1.343	5.270	5.343
Promedio anual de contratos a tiempo parcial	176	424	741	146	421	706

PROMEDIO ANUAL DE MODALIDADES DE CONTRATO POR CATEGORÍA PROFESIONAL

	Perímetro consolidado					
	2020			2019		
	Top Management	Middle Management	Staff	Top Management	Middle Management	Staff
Promedio anual contratos temporales	4	54	1.527	5	107	2.364
Promedio anual contratos indefinidos	398	1.885	7.909	380	1.773	7.379
Total	402	1.939	9.436	385	1.880	9.743
Promedio anual de contratos a tiempo parcial	7	62	1.274	10	66	1.215

NÚMERO DE CONTRATOS*

	Perímetro consolidado			Perímetro corporativo		
	2020	2019	Variación	2020	2019	Variación
Contratos indefinidos						
Jornada Parcial	726	663	9%	754	714	6%
Jornada Completa	8.968	8.682	3%	10.262	9.850	4%
Total	9.694	9.345	4%	11.016	10.564	4%
Contratos temporales						
Jornada Parcial	126	171	-26%	140	226	-38%
Jornada Completa	1.282	1.755	-27%	1.683	2.102	-20%
Total	1.408	1.926	-27%	1.823	2.328	-22%

* <1% de empleados sin dato de contrato

CULTURA DE DIVERSIDAD, IGUALDAD E INCLUSIÓN

NH Hotel Group entiende la diversidad como un factor clave para elaborar una red de talentos diversos, capaces de entender las necesidades de los clientes, innovar y reflejar la sociedad en el mundo empresarial. Por todo ello, un pilar fundamental de la cultura corporativa de NH Hotel Group se basa también en la diversidad, igualdad e inclusión.

Así, los 12.850 empleados de la Compañía en 2020 son de 133 nacionalidades distintas. De éstos, un 22,5% trabajan en otros países diferentes al de su origen. Además, el 51% del total de la plantilla son mujeres, quienes ocupan un 44 % del total de puestos directivos.

133

nacionalidades distintas

22,5%

trabajan en otros países diferentes a su origen

51%

plantilla mujeres

44%

mujeres en puestos directivos

En referencia a la edad, en 2020, el porcentaje de empleados mayores de 40 años ha alcanzado casi un 47%, mientras que aquellos con edades entre los 25 y los 40 años es de un 44 %, y el de menores de 25 años se ha situado en el 9 %

Además, en 2020 se encuentran en plantilla 89 empleados con discapacidad, que representan un 0,8% de la plantilla a nivel global. Adicionalmente, NH Hotel Group apuesta por la integración laboral de personas con discapacidad a través de compras responsables a Centros Especiales de Empleo como proveedores de servicios de lavandería. La cuota alcanzada por las compras a Centros Especiales de Empleo alcanzó en 2020 el 4,4% (estimada respecto a la plantilla de España, junto a los empleados del CEE asumibles a las compras de NH Hotel Group).

NH Lyon Airport
Lyon, Francia



IGUALDAD Y DIVERSIDAD

	Perímetro consolidado		Perímetro corporativo	
	2020	2019	2020	2019
Plantilla media	11.112	11.464	12.850	13.106
Contratos indefinidos	87%	79%	86%	79%
Rotación media	21%	ND	23%	23%
Nº de nacionalidades	132	139	133	ND
Inmigrantes	22%	18%	22%	18%
Mujeres en plantilla	51%	51%	51%	51%
Mujeres directivas	44%	43%	44%	43%
Menores de 25 años	9%	11%	9%	11%**
Entre 25 y 40 años	44%	45%	44%	45%**
Mayores de 40 años	47%	44%	47%	43%**
Empleados con discapacidad	89	114	ND	ND

A través de su Código de Conducta, NH Hotel Group formaliza su compromiso de promover la no discriminación por razón de raza, color, nacionalidad, origen social, edad, género, estado civil, orientación sexual, ideología, opiniones políticas, religión o cualquier otra condición personal, física o social de sus profesionales, así como la igualdad de oportunidades entre los mismos.

Las políticas y actuaciones relativas a la selección, contratación, formación y promoción interna de los empleados están basadas en criterios de capacidad, competencia y méritos profesionales.

NH Hotel Group, reconocida por su promoción de la igualdad y la diversidad



Bloomberg Gender & Equality

En enero de 2021 NH Hotel Group ha sido incluida por segundo año en el índice Bloomberg de igualdad de género 2021. La Compañía ha sido la única hotelera de entre las empresas españolas incluidas en el índice. Este índice internacional, en el que están presentes casi 6.000 Compañías de 44 países, mide el compromiso y contribución en transparencia de la información de género y en materia de promoción de la igualdad. NH Hotel Group afronta esta entrada como una oportunidad para continuar trabajando la diversidad e inclusión globalmente.

PLAN DE IGUALDAD

En julio de 2010, NH Hotel Group firmó su Plan de Igualdad con los representantes de los trabajadores. Para la elaboración de este, la Compañía realizó un exhaustivo diagnóstico de la situación y posición de las mujeres y hombres, en el que se confirmó que NH Hotel Group, en España, contaba con una elevada presencia de mujeres, así como de un elevado número de mujeres directivas presentes en la organización.

Tras esa positiva primera evaluación, se trabajó en un plan de acción con medidas concretas en diferentes áreas de acceso a la empresa, contratación, promoción, formación, retribución, conciliación, salud laboral, comunicación y sensibilización que permitieron la eliminación o corrección de desigualdades en estos ámbitos.

Además, el documento incluyó una serie de medidas para garantizar la protección de las mujeres víctimas de violencia de género: dar prioridad en su contratación, hacer un seguimiento de los casos de violencia de género que surgieran, así como las medidas adoptadas e informar a la plantilla de los derechos de las mujeres en esta situación.

Con el fin de garantizar el cumplimiento de los objetivos marcados y de las acciones programadas en el Plan, también se creó una Comisión de Seguimiento y Evaluación, constituida, de forma paritaria, por representantes de la empresa y de las organizaciones sindicales firmantes.

Este Plan ha permitido desarrollar mecanismos que faciliten una mayor representación femenina en toda la estructura jerárquica de la organización. Fue también el punto de partida para desarrollar las directrices que definen a la Compañía en su compromiso con la igualdad, no sólo enfocado a la diferencia de género, sino a diferentes nacionalidades, edad, orientación sexual, etnias, opiniones, creencias, religiones, discapacidades... Así se reconoce también en el Código de Conducta de NH Hotel Group.

El trabajo realizado permitió replicar el proceso de diagnóstico y evaluación en materia de diversidad e igualdad en el resto de los países, creando planes de acción al respecto en todas las Unidades de Negocio.

En enero de 2020 se constituyó la comisión negociadora con los principales sindicatos en España para trabajar en el **II Plan de Igualdad** de la Compañía. La crisis del COVID-19 hizo que el avance de las negociaciones y del desarrollo del Plan tuvieran que posponerse, habiendo sido retomadas tras la publicación de los Reales Decretos 901/2020 y 902/2020 para dar cumplimiento a los mismos y en los plazos establecidos.

PROTOCOLO CONTRA EL ACOSO SEXUAL

Como complemento al Plan, y para facilitar su implantación y concienciación de los empleados, éste incluye un Protocolo de Prevención y tratamiento de las situaciones de acoso sexual y acoso por razón de sexo en el trabajo, así como un manual para un uso no sexista del lenguaje.

Un equipo con las mismas oportunidades

El salario de las mujeres en NH Hotel Group en 2020 constituye el 91% del salario bruto por hora de los hombres; siendo el salario bruto medio por hora de 15,85 euros para los hombres y de 14,36 euros para las mujeres. La brecha salarial se ha calculado comparando retribuciones entre categorías de profesionales equivalentes, como resultado de el salario medio de mujeres respecto a hombres. Es decir, aquellos que realizan la misma función o tienen la misma posición.

El dato global de la brecha salarial se obtiene ponderando las brechas obtenidas de las comparaciones entre las retribuciones medias percibidas (considerando salario fijo y variable pagado) por los profesionales de cada categoría por el número de profesionales de dicha categoría.

RELACIÓN DEL SALARIO DE MUJERES RESPECTO A HOMBRES POR CATEGORÍA PROFESIONAL (%)

	Perímetro corporativo	
	2020	2019
Top Management	75%	73%
Middle Management	97%	99%
Staff	102%	100%
Total	91%	89%

Este análisis de brecha calculado ha servido para identificar que la diferencia salarial aumenta en el Top Management, sobre todo por la menor presencia de mujeres en esta categoría.

Esta situación ofrece una gran oportunidad para realizar un análisis más profundo sobre los distintos colectivos, no sólo mujeres, y establecer como prioridad continuar con un proyecto a largo plazo de gestión real de la diversidad de empleados en todos sus aspectos, y apoyar su desarrollo profesional dentro de la Compañía. NH Hotel Group continuará trabajando para adoptar las medidas más adecuadas para eliminar esta brecha.

REMUNERACIÓN MEDIA* POR GÉNERO Y CATEGORÍA PROFESIONAL (Euros)

	Perímetro consolidado					
	2020		2019		Variación	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Top Management	73.634	97.871	75.645	103.456	-3%	-5%
Middle Management	38.390	39.412	38.391	38.880	0%	1%
Staff	22.843	22.478	21.826	21.858	5%	3%
Total	25.798	28.453	24.662	27.693	5%	3%

* La cifra de retribución corresponde al salario fijo bruto anual más variable correspondiente al año anterior, sin tener en cuenta las reducciones salariales temporales.

REMUNERACIÓN MEDIA* POR EDAD (Euros)

	Perímetro consolidado		
	2020	2020	Variación
Menores de 25 años	18.855	18.423	2,3%
Entre 25 y 40 años	25.331	24.751	2,3%
Más de 40 años	31.187	30.825	1,2%

* La cifra de retribución corresponde al salario fijo bruto anual más variable correspondiente al año anterior, sin tener en cuenta las reducciones salariales temporales.

EL MODELO RETRIBUTIVO DE NH HOTEL GROUP

La política retributiva aplicada por NH Hotel Group carece de sesgos por cuestiones de género. La retribución fija dineraria y la retribución variable anual, los dos componentes fundamentales de la estructura retributiva de la Compañía, se establecen de manera objetiva. La retribución fija refleja principalmente la experiencia del profesional y la responsabilidad en la Compañía, en tanto la retribución variable recompensa el logro de objetivos anuales, fundamentalmente cuantitativos, y que son compartidos por los profesionales que desempeñan sus actividades en las mismas áreas funcionales.

El éxito de NH Hotel Group depende, en buena parte, de la consecución de los objetivos individuales y colectivos de los profesionales que forman parte de la Compañía. La retribución variable dentro de la Compañía tiene como finalidad:

- Alinear los objetivos individuales y colectivos con la estrategia global del grupo
- Medir qué se hace (contribución individual y colectiva de los empleados a los resultados de la compañía) y cómo se hace (evaluación del desempeño)
- Reforzar la importancia y el compromiso de NH Hotel Group con los principios de no discriminación e igualdad de oportunidades

En España, la Compañía ofrece un plan de retribución flexible que permite a sus beneficiarios destinar parte de su retribución a tickets transporte, vales guardería, compra de días de vacaciones, tarjeta restaurante, seguro médico o formación externa, beneficiándose así de precios especiales y ventajas fiscales.

COMPROMISO Y PARTICIPACIÓN DE LOS EMPLEADOS

En términos de engagement, y con el objetivo de apoyar a los empleados en los meses tan retadores que quedaban por delante tanto a nivel personal como profesional se creó una nueva iniciativa a nivel global: **"With You"**.

A través de esta iniciativa, desde el principio de la pandemia, se lanzaron comunicados a todos los empleados con consejos y recursos para que cuidaran su bienestar, fomentaran su autodesarrollo y se mantuvieran conectados. Los comunicados se lanzaban a través de los diferentes canales corporativos (email, MyNH app, Intranet, WhatsApp), para poder llegar al mayor número posible de empleados.

Además, en el marco de esta iniciativa, se lanzó una edición especial de comunicados dirigidos a managers que les ayudaran a fortalecer su liderazgo en tiempos de incertidumbre.

A los 2 meses de haber comenzado "With You", se realizó una encuesta para tener feedback de los empleados en términos generales de la iniciativa, sobre recursos concretos que se habían puesto a su disposición y sobre qué temas les había interesado más o qué nuevos contenidos querían que trataran futuros comunicados.

Bajo este marco **"With You"** cada una de las unidades de negocio lanzó también sus propias acciones locales más concretas y adaptadas a cada región:

- BUNE lanzó "Learning Bites", pequeñas píldoras de formación sobre gestión del cambio, gestión del tiempo y equilibrio de la vida laboral y familiar.
- En BUSE se dio acceso durante un mes a una plataforma para aprender inglés, y en el caso de Portugal, a todos los cursos de la plataforma formativa de LinkedIn.
- En BU América, destacó el programa creado en la región de Colombia & Ecuador con seis líneas de trabajo relativas al cuidado de la salud emocional y física, al crecimiento personal y profesional, sobre el propósito de vida, ocio y recreo, y en relación a cómo construir relaciones positivas. Todas las líneas de trabajo tenían como último objetivo el bienestar de todos los empleados de la región e incluyó también la donación de alimentos a las familias de los empleados más vulnerables.
- Por último, en las oficinas corporativas, se puso en marcha una formación de inglés a través de Vaughan y se dio la posibilidad de recoger el material de oficina para facilitar el teletrabajo.

Por otra parte, y dadas las excepcionales circunstancias del ejercicio, y con el fin de contar con la participación del mayor número posible de empleados en activo, se decidió posponer la encuesta bianual **Employee Engagement Survey** para realizar en 2021.



COMUNICACIÓN INTERNA

Para NH Hotel Group, la Comunicación Interna siempre ha sido pieza clave para generar y mantener el compromiso de los empleados con la Compañía, así como una potente palanca de gestión del cambio.

Durante el año 2020, la Comunicación Interna ha vivido uno de sus momentos más críticos y relevantes, consolidándose como un actor clave para mantener el compromiso y la motivación de los empleados en un momento de gran incertidumbre. Ante los continuos desafíos, el área ha conseguido demostrar su madurez, dando respuesta de manera ágil y optimizando tanto su conocimiento como sus versátiles herramientas digitales.



PRINCIPALES PROYECTOS DE COMUNICACIÓN INTERNA EN 2020

CANAL COVID-19 Y PLAN DE VISIBILIDAD DE LÍDERES

En el año 2020 los canales de comunicación se adaptaron al nuevo escenario, apostando también por la implementación de un Plan de Visibilidad de líderes. El canal COVID-19, se diseñó para ofrecer información puntual y actualizada de los diferentes planes de contingencia y protocolos ejecutados por la Compañía en sus diferentes áreas.

En la búsqueda de mantener el compromiso de sus empleados desde la transparencia, la Compañía diseñó un Plan de Visibilidad de sus líderes. La Alta Dirección de la Compañía, a través de diferentes vídeos protagonizados por el CEO, el Comité de Dirección y los Managing Directors de las Unidades de Negocio, ofreció mensajes directos y claros sobre la realidad de la Compañía y las difíciles medidas adoptadas, aprovechando además la oportunidad para ofrecer mensajes de motivación y agradecimiento a todos los empleados por el inmenso esfuerzo y compromiso demostrado.

CANAL INTERNO 'FEEL SAFE AT NH'

En paralelo al proyecto global 'Feel Safe at NH', diseñado por la Compañía para asegurar la salud y seguridad de sus clientes y sus empleados, nació un canal de comunicación interna con este mismo nombre. A través del nuevo canal 'Feel Safe at NH' no solo se comunican los más estrictos protocolos y estándares de seguridad, sino que da visibilidad al extraordinario trabajo desempeñado por los empleados, las reaperturas de hoteles más inspiradoras y el estatus de progreso de los diferentes proyectos y actuaciones de la Compañía.

COMUNICACIONES 'NH RESPONSE' y 'TOGETHER WITH LOVE'

Desde el área de Comunicación Interna se ha querido poner en valor y visibilizar la respuesta de Compañía a la crisis sanitaria, quien ha ofrecido apoyo a autoridades, agencias sanitarias y organizaciones sociales a través de sus productos y servicios, todo ello gracias también a la valiosa implicación de sus empleados. A través de newsletters, la Intranet y la APP de empleados, se comunicaron las iniciativas enmarcadas dentro del programa 'NH Response': donación de productos, medicalización de hoteles, ... además de iniciativas especiales como la colaboración con World Central Kitchen liderada por el chef José Andrés, con la que la Compañía colaboró para que más de 140.000 comidas se distribuyeran entre las personas más vulnerables durante la pandemia.

El área de Sustainable Business también ha promovido iniciativas especiales de Voluntariado Corporativo bajo su programa 'Together With Love'. Estas iniciativas, diseñadas junto al equipo de Comunicación Interna, tenían como principal objetivo ofrecer apoyo a los colectivos más afectados por la crisis. Durante el periodo navideño todas las Unidades de Negocio de la Compañía lanzaron campañas solidarias locales bajo el lema 'Together With Love' para seguir dando apoyo a estos colectivos. La Compañía está muy orgullosa de la gran participación e involucración de los empleados en estas iniciativas.

MyNH APP y TELL THE WORLD

NH Hotel Group ha seguido consolidando sus canales de comunicación interna y sus herramientas digitales en un año en el que ha sido clave poder llegar a todos los empleados, estuvieran implicados o no en medidas temporales de afectación laboral. MyNH, la App exclusiva para los empleados del Grupo, ha vivido su momento de mayor impacto en la generación de compromiso, al convertirse para muchos empleados en el canal principal para estar conectado y puntualmente informado de las novedades de la Compañía.

Durante el año 2020 se continuaron enviando las newsletters 'Tell The World' en las que se han recogido los grandes hitos corporativos de Compañía, en un momento en el que mantener informados a los empleados ha sido más importante que nunca.

TOWN HALLS VIRTUALES

Tanto el Plan de Líderes como los Town Halls, protagonizados por el CEO de la Compañía, han sido claves para alinear a todos los empleados con la estrategia de la Compañía y las medidas de contingencia que se ha visto obligada a tomar en este 2020.

Estas conferencias, ahora más que nunca, buscan compartir con todos los empleados los hitos e iniciativas más relevantes y reafirman el compromiso de la Alta Dirección y de los principales líderes de las diferentes Unidades de Negocio con la comunicación interna de la Compañía.

Durante el año 2020, el formato de los Town Halls se adaptó a las nuevas circunstancias, siendo realizados y emitidos únicamente de manera telemática aprovechando las soluciones tecnológicas colaborativas ya implementadas y en uso en la Compañía.

EMPLOYER BRANDING – FURTHER TOGETHER

NH Hotel Group se enorgullece de que sus empleados sean la clave del éxito del negocio. Por ello, se apuesta por consolidar la marca empleadora de NH Hotel Group en todo el mundo, para atraer y motivar al mejor talento entre los empleados y candidatos externos.

El Plan de Employer Branding (EB) a largo plazo busca, a través de una comunicación uniforme y coherente de la identidad y esencia de la Compañía, establecer una única cultura alrededor de nuestros valores como marca empleadora. Para lograrlo, se ha continuado trabajando en la campaña “Further Together”, protagonizada por empleados de todas las Unidades de Negocio, que cuentan, de primera mano, qué es lo que más les gusta de trabajar en la Compañía, convirtiéndose así en los Embajadores de NH Hotel Group.

A finales de 2020, la Compañía lanzó la campaña “Hello! I’m ...” enmarcada dentro de su estrategia de Employer Branding con el objetivo de poder contar el proyecto Feel Safe at NH desde la perspectiva de los empleados del Grupo. A través del perfil de Instagram se puede ver de la mano de los empleados cómo este proyecto impacta en cada una de las áreas de la Compañía, manteniendo los hoteles como lugares seguros para sus clientes.

Memorable Dates

Memorable Dates continúa siendo el programa de reconocimiento que galardona los aniversarios más importantes (5, 10, 15, 20 y 25 años), así como la jubilación de empleados de hoteles y oficinas centrales, en todas las Unidades de Negocio. Lamentablemente, las recomendaciones sanitarias y de distanciamiento de seguridad han obligado a posponer las celebraciones de los eventos donde los únicos protagonistas son los empleados homenajeados.



GESTIÓN DEL DESEMPEÑO

En NH Hotel Group el proceso de gestión del desempeño es un elemento clave y consolidado de nuestra cultura de liderazgo, llevado a cabo a través de Time For You.

La evaluación del desempeño y de las competencias de los profesionales de NH Hotel Group permite conocer el talento interno para orientar de forma efectiva su formación y desarrollo profesional. La evaluación permite identificar las fortalezas y áreas de desarrollo de los profesionales en el desempeño de su trabajo, en base a las cuales se definen los distintos planes de desarrollo. Los resultados de estas evaluaciones se vinculan a su desarrollo profesional y al incremento de su retribución variable.

Time For You (TFY)

Es un proceso de gestión del desempeño dirigido a todos los empleados fijos con una antigüedad mínima de 3 meses en la Compañía.

El desempeño en términos cualitativos, el cómo se logran los objetivos, se evalúa a través de competencias que permiten orientar de forma efectiva su formación y desarrollo profesional. A través de TFY se identifican las fortalezas y áreas de desarrollo de los profesionales en el desempeño de su trabajo, y en base a las áreas de mejora identificadas, se definen los distintos planes de desarrollo. Además, la evaluación global obtenida tiene impacto en otros procesos de recursos humanos como en los procesos de selección interna, talento o en la retribución variable.

Debido a la situación tan especial que se estaba viviendo a mediados de 2020, no pudo llevarse a cabo la Revisión de Mitad de Año de manera formal. Sin embargo, para fomentar que los managers estuvieran más cerca de sus equipos y construyeran una relación más fuerte con ellos, se fomentó que tuvieran de igual modo la conversación con cada miembro de su equipo, animándolos a preguntarles sobre su situación emocional y personal, reconocieran sus logros, reflexionaran conjuntamente sobre los aprendizajes, intercambiando feedback y acordando con ellos cuál era la mejor manera de apoyarse mutuamente de ahí en adelante.

En diciembre se pudo lanzar el proceso de Revisión Anual con un esquema más sencillo y dirigido a aquellos empleados que hubieran estado en activo durante los últimos tres meses del año. Se quiso imprimir un sello especial a esta conversación, convirtiéndola en un “momento With You”, basada en el agradecimiento y el reconocimiento al excepcional espíritu de equipo mostrado. Para ello se lanzó la campaña de comunicación interna “Más que nunca, gracias. Más que nunca, tiempo para ti”.

La tasa de participación de los empleados objetivo en 2020 fue del 91%.

Proceso de Evaluación 360º

El proceso de Evaluación 360º está enmarcado en el pilar estratégico “Liderazgo Global y Gestión del Talento” y en él participan todos los directores y subdirectores de hotel a nivel global. A finales de 2019 se lanzó la 3ª edición del proceso para medir la evolución en el desarrollo de competencias de estos líderes clave en NH Hotel Group, así como la efectividad de los planes de acción que definieron en la anterior edición. En esta edición del 2019 participaron 329 directores y subdirectores, siendo un proceso totalmente anónimo que, además, ayuda a mejorar el autoconocimiento de los participantes a través de la información que reciben de todas las personas invitadas a contestar, en cada una de las perspectivas: pares, equipo, manager y su propia evaluación.

A lo largo del 2020 los participantes recibieron su informe personalizado, diseñado como un cuaderno de trabajo que incluía preguntas de reflexión para ayudarles a trabajar el diseño de un nuevo plan de desarrollo. Ese plan de desarrollo individual lo compartieron con su manager en el TFY 2020 de final de año, proceso en el cual quedan formalizados los planes de acción construidos en diferentes procesos de compañía que tienen como objetivo el desarrollo de los empleados (Evaluación 360º, Talento o el propio “Time For You”).

GESTIÓN DEL TALENTO

NH Hotel Group ha implantado un proceso para ayudar a identificar y desarrollar el talento mirando no sólo el desempeño sostenido en el tiempo, sino también el potencial y la ambición de las personas que desarrollan posiciones clave dentro de la Compañía. Así, NH Hotel Group asegura la preparación adecuada de roles clave para el futuro. El objetivo global es crear una mentalidad de talento en los líderes a todos los niveles, comenzando por el Top 100 ejecutivo de la Compañía y continuando con los Directores y Jefes de Departamento en hoteles y Directores y Managers en servicios centrales.

FORMACIÓN: NH UNIVERSITY

NH Hotel Group apuesta por el desarrollo profesional y la formación de todos sus empleados como medio para hacer realidad la filosofía que inspira su vocación de servicio al cliente. Todos los proyectos de formación presencial y on-line se gestionan a través de la universidad corporativa, NH University. Cada año, se adapta el currículo formativo para que las personas que trabajan en NH Hotel Group puedan seguir actualizando sus conocimientos, tanto técnicos como de habilidades.

Durante el año 2020 la formación se ha focalizado en hacer de los hoteles un lugar seguro, revisando durante las formaciones los protocolos y procedimientos relacionados con la situación pandémica. Además, se ha puesto a disposición de todos los empleados formación online a través de plataformas como Typsy, GoodHabitx o LinkedIn enmarcadas dentro del proyecto *“With You”*.

El total de horas de formación tanto presencial como online en 2020 ha sido de 68.902 a través de 1.071 programas de formación. NH University ha formado a 7.772 empleados lo que supone más de un 50% del total de la plantilla.

La formación presencial, donde también se incluyen formaciones realizadas a través de webinars, ha supuesto el 63% de las horas de formación con 195 formadores internos impartiendo las sesiones.

Adicionalmente, la Compañía ha recibido un total de 68.453€ en subvenciones públicas para formación.

231.481€

Inversión total en formación en 2020

Se han impartido
68.902

horas totales de formación presencial y on-line

52.269
participantes en
1.071
programas

7.772

team members formados

FORMACIÓN

	Perímetro consolidado		Perímetro corporativo	
	2020	2019	2020	2019
Horas por empleado formado (presencial)	10,2	12,4	11,8	12,4
Horas por empleado formado (e-learning)	3,9	4,3	4,2	4,3
Horas totales por FTE	4,8	10,3	5,4	11,1
Horas totales por empleado formado	8	7,1	8,9	7,2



En marzo de 2020, los planes de formación se paralizaron debido al paquete de medidas y ajustes presupuestarios activado para gestionar la crisis del COVID-19.

Esta paralización hizo que el área replanteara su estrategia, priorizando aquellas formaciones más necesarias y útiles, ajustadas a la realidad que los empleados estaban viviendo. Así, se lanzaron las siguientes líneas de trabajo:

- En el marco del proyecto **Feel Safe at NH**, se lanzaron formaciones en Salud y Seguridad en el Trabajo, así como en los nuevos estándares operativos relacionados con la seguridad y protección de nuestros clientes y team members.
- En cuanto a la cobertura de otras necesidades de formación críticas para el negocio, se retomaron únicamente con formadores internos e impartición a distancia a través de webinars, debido al distanciamiento social necesario y la imposibilidad de realizar viajes. También se diseñaron recursos formativos, como videos, creados también internamente, y puestos a disposición de los empleados en la plataforma de formación NH Talent.
- Asimismo, en el marco del proyecto **“With You”** se lanzó el acceso para todos los team members a dos plataformas de contenidos formativos, que permiten a cada empleado, esté o no en activo, reforzar sus conocimientos y seguir invirtiendo en su propio desarrollo:
 - **Typsy**: plataforma líder a nivel mundial en formación online para el sector hotelero, ha sido creada especialmente por y para profesionales del sector y, en ella, se pueden encontrar más de 700 videos formativos de corta duración sobre cocina, bartending, servicio, liderazgo... Los videos están en más de 18 idiomas, lo que facilita la formación de cualquier empleado. El acceso duró aproximadamente 6 meses y, en total, más de 800 empleados se formaron durante más de 2.400 horas.
 - **GoodHabitz**: es una plataforma de formación internacional focalizada en hacer de la formación algo divertido, diferente y personalizada para cada participante. GoodHabitz permite aprender de la forma que mejor se adapte a cada uno, leer magazines, mirar los videos o completar solo las secciones que te interesen. Cuentan con formaciones en liderazgo, comunicación, idiomas, habilidades de gestión y muchos más a las que todos los empleados tienen acceso desde mayo de 2020. Hasta el 31 de diciembre, más de 370 empleados se formaron en más de 1.300 horas. El acceso estará disponible hasta el 31 de mayo de 2021.

HORAS DE FORMACIÓN POR UNIDAD DE NEGOCIO

	Perímetro consolidado			Perímetro corporativo		
	2020	2019	Variación	2020	2019	Variación
Formación presencial						
Corporativo	868	5.779	-85%	868	5.779	-85%
BU América	12.085	13.562	-11%	15.690	14.321	10%
BUNE	5.843	30.783	-81%	6.318	31.964	-80%
BUSE	13.814	28.321	-51%	20.763	28.766	-28%
Total presencial	32.610	78.445	-58%	43.638	80.830	-46%
Formación online						
Corporativo	919	1.144	-20%	919	1.144	-20%
BU América	2.842	5.315	-47%	3.601	6.403	-44%
BUNE	7.381	27.250	-73%	8.393	30.762	-73%
BUSE	9.176	14.625	-37%	12.351	15.511	-20%
Total Online	20.318	48.334	-58%	25.264	53.820	-53%
Total Horas Formación	52.928	126.779	-58%	68.902	134.650	-49%

HORAS DE FORMACIÓN A EMPLEADOS POR CATEGORÍA PROFESIONAL

	Perímetro consolidado				Perímetro corporativo			
	2020		2019		2020		2019	
	Presencial	Online	Presencial	Online	Presencial	Online	Presencial	Online
Top Management	2.520	660	7.825	3.036	2.823	755	7.528	2.828
Middle Management	8.387	3.007	24.843	7.050	9.975	3.624	24.050	6.446
Staff	21.703	16.651	48.162	43.735	30.840	20.885	46.867	39.060
Total	32.610	20.318	80.830	53.820	43.638	25.264	78.445	48.334

HORAS DE FORMACIÓN PRESENCIAL POR DEPARTAMENTO

	Perímetro consolidado			Perímetro corporativo		
	2020	2019	Variación	2020	2019	Variación
Administración	464	680	-32%	856	720	19%
Alimentación y Bebidas	11.129	24.011	-54%	15.043	24.680	-39%
Gestión	3.371	8.360	-60%	3.999	8.680	-54%
Mantenimiento	1.197	2.713	-56%	1.799	2.821	-36%
Pisos	2.049	4.417	-54%	2.880	4.643	-38%
Recepción	9.315	17.854	-48%	12.600	18.561	-32%
Reservas	1.126	7.911	-86%	1.591	7.911	-80%
Revenue Management	649	1.749	-63%	659	1.754	-62%
SSCC	1.484	6.063	-76%	1.662	6.063	-73%
Ventas	1.707	4.608	-63%	2.127	4.914	-57%
Otros	120	77	55%	423	82	415%
Total	32.610	78.445	-58%	43.638	80.830	-46%

FORMACIÓN FEEL SAFE AT NH

Para asegurar la efectiva implementación de las medidas de Feel Safe at NH, Recursos Humanos está trabajando en un plan de capacitación específico para cada puesto que garantice la formación de los miembros de nuestro equipo. En concreto, para todos los miembros del equipo de los hoteles que están abriendo, se están llevando a cabo los siguientes cursos de formación:

- Formación sobre COVID-19 para concienciar sobre los riesgos del nuevo Coronavirus y las medidas preventivas a tomar individualmente.
- Capacitación sobre Siéntase Seguro en NH donde se presenta el proyecto y las nuevas promesas operacionales a todos los miembros del equipo. Se presenta la nueva figura del Gerente de Salud y Seguridad para que todos sepan quiénes asumirán este rol en el hotel, así como su misión y tareas principales.
- Formación específica por departamento sobre las nuevas normas y procedimientos a aplicar para garantizar la seguridad en nuestros hoteles.
- Formación para los Gerentes y Jefes de Departamento para ayudarles a reincorporar a sus equipos e identificar qué emociones pueden estar experimentando y cómo manejarlas.

Además de lo anterior, se ha definido un itinerario específico para los nuevos Gerentes de Seguridad y Salud en habilidades de comunicación, influencia, reuniones efectivas o gestión del cambio, entre otros.

7.988
horas de formación con
8.662
participantes y
3.283
empleados formados
a lo largo de todas las
unidades de negocio

FLEXIBILIDAD Y CONCILIACIÓN: 'NEW WAY OF WORKING'

Para NH Hotel Group, la conciliación de la vida personal y laboral se trata de encontrar un equilibrio entre las necesidades e intereses de los *team members* y la Compañía.

La cultura de NH Hotel Group ha venido evolucionando en los últimos años hacia un modelo más flexible, en la que las personas pueden disfrutar de mayores facilidades en cuanto a la gestión y organización del tiempo, y el desarrollo de su trabajo en entornos adaptados a sus actividades y que cuenten con las herramientas necesarias. El proyecto, denominado "**New Way of Working**", se estructura en torno a tres ejes de actuación:

- Redefinición y adecuación de los espacios físicos de la oficina según las necesidades de los empleados
- Nuevos equipos y sistemas tecnológicos que facilitan la flexibilidad
- Nueva cultura de trabajo flexible tanto en horarios como en lugar de trabajo

La iniciativa "New Way of Working" ha permitido la rápida adaptación de toda la organización y de sus empleados de una manera ágil, flexible y sin limitaciones a los requerimientos propios que el trabajo a distancia y las reuniones virtuales exigen, especialmente desde marzo de 2020 ante la situación excepcional provocada por la pandemia COVID-19.

Así, con la finalidad de mejorar aún más la ergonomía y calidad del trabajo desde casa, la organización puso a disposición de los empleados una pantalla de ordenador y una silla ergonómica para usar en casa.

Adicionalmente, en las oficinas corporativas de NH Hotel Group el equipo de *Majors* o alcaldes ha continuado desarrollando su función dirigida a facilitar la gestión del cambio, la comunicación, la involucración de los empleados y la resolución de preguntas. Estos 7 *Majors* representan a cada uno de los barrios o áreas de las oficinas (Comercial, Marketing, Secretaría General, Operaciones, Finanzas, Expansión y Assetsy People).





NH Collection Madison Avenue NY
Nueva York, Estados Unidos

PRINCIPALES MEDIDAS DE CONCILIACIÓN Y FLEXIBILIDAD Y OTROS BENEFICIOS SOCIALES EN NH HOTEL GROUP

Exámenes en horario laboral	Previo preaviso con una antelación de 48 horas y justificante de asistencia.
Cumplimiento de un deber inexcusable de carácter público y personal	La Compañía concede el tiempo indispensable para su realización.
Técnicas de reproducción asistida	Cualquier profesional en tratamiento de técnicas de reproducción asistida tiene derecho a ausentarse del trabajo, previa justificación.
Nacimiento o adopción	<p>La Compañía ofrece:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Una gratificación económica en caso de nacimiento o adopción de un hijo. • Garantía de un permiso retribuido para las gestiones previas a las adopciones internacionales. • Posibilidad de una excedencia de 4 a 6 meses para las personas en trámites de adopción internacional, con reserva de puesto de trabajo. • Posibilidad de unir el permiso de paternidad a las vacaciones, para facilitar el desplazamiento del otro progenitor/a cuando el hijo/a haya nacido fuera de España.
Fomento de la contratación de mujeres víctima de violencia de género	Prioridad en la contratación de mujeres que acrediten su condición de víctimas de violencia de género, en igualdad de condiciones.
Movilidad geográfica	Preferencia en la movilidad geográfica por motivos de cuidados de personas dependientes (menores y familiares).
Fomento de las nuevas tecnologías	Uso e impulso de las nuevas tecnologías de la información (videoconferencias, etc.) siempre que sea posible, para evitar continuos viajes o desplazamientos.
Flexibilidad horaria y jornada intensiva	Flexibilidad horaria en entrada y salida. Jornada intensiva en verano y durante todos los viernes del año.
Flexibilidad espacial (teletrabajo)*	Para todas las posiciones fuera de convenio compatibles con dicha modalidad. En la actualidad, no existen medidas específicas de desconexión laboral.
Programa de descuentos	Acceso a un programa de descuentos y precios exclusivos en una amplia gama de productos, servicios y ocio de forma online a través de la plataforma de Coperama.
Oficina bancaria Virtual	Oficina bancaria Virtual, que ofrece productos y servicios financieros en condiciones ventajosas a empleados y exempleados, además de repartir proporcionalmente cada año el 50% de los beneficios que haya generado. 126 empleados de la oficina central y la CRO ya son clientes de esta oficina.

SALUD Y BIENESTAR EN EL TRABAJO

NH Hotel Group entiende que ofrecer a las personas un entorno de trabajo seguro y saludable es un requisito absolutamente necesario en el desarrollo de su actividad. NH Hotel Group dispone para España de un Plan de Prevención de Riesgos Laborales, el documento maestro que rige las acciones a realizar en materia de Seguridad y Salud Laboral en los centros de trabajo de la Compañía en España. Este Plan incluye, entre otros, procedimientos esenciales como:



Evaluación de Riesgos



Formación e información en materia de Seguridad y Salud



Vigilancia de la Salud



Gestión de Daños a la Salud



Gestión de Emergencias



Protección a la Maternidad



Equipos de Protección Individual



Coordinación de Actividades Empresariales

El Plan se basa en la integración de estos procesos en toda la estructura jerárquica de la Compañía. Tanto los directores de departamento de Servicios Centrales como el personal de los hoteles (desde los directores, hasta el personal de base) tienen asignadas funciones y responsabilidades en este ámbito. Así mismo, en España se dispone de un Servicio de Prevención Mancomunado que presta servicio a los hoteles y centros de trabajo de NH Hotel Group en España.

En el resto de los países, este Plan no es de aplicación, por lo que el asesoramiento técnico en materia de Prevención de Riesgos Laborales está contratado con proveedores externos. En algunos países están designados responsables de NH Hotel Group cuya responsabilidad es la de coordinar las actuaciones de estos proveedores y de implantar las medidas correctoras y procedimientos de prevención establecidos.

NH Hotel Group busca promover una cultura de salud laboral como parte de su compromiso con la seguridad y la salud. La integración de la salud laboral en las actividades de la Compañía se pone de manifiesto a través de programas y planes de acción en hoteles y oficinas de diferentes países.

Adicionalmente, durante 2020, debido a la crisis del COVID-19 y como parte de la estrategia de recuperación de la Compañía, se diseñaron un conjunto de medidas de salud y seguridad, certificadas por expertos en la materia, para implementarse en todos los hoteles con el fin de poder garantizar la salud, la seguridad y el distanciamiento social tanto de los huéspedes como de los empleados.

Todas las medidas que se enmarcan bajo el proyecto FeelSafe at NH, con el fin de que nuestros hoteles sean garantía de estancia cómoda y segura, y para ello se ha revisado y rediseñado toda la operativa de los hoteles: plan de contingencia, certificados de inspección sanitaria de SGS, equipo y protocolo de seguridad personal, servicios digitales avanzados, protocolos de purificación de agua y calidad del aire, protocolos mejorados de limpieza y desinfección, servicios de alimentos y bebidas adaptados a la situación actual, normas de distanciamiento social, protocolo de salud y seguridad para los empleados y gestores de salud y seguridad en los hoteles.

Para asegurar la efectiva implantación del Plan de Contingencia y de los estándares Feel Safe at NH en cada uno de los hoteles de la Compañía, se ha designado a un manager de seguridad y salud. Esta figura recae, en la mayoría de los hoteles, en su director. En caso de que, funcionalmente o por motivos organizacionales, el director no pueda asumir estas funciones directamente, las delegará en otro miembro del equipo que él designe, con la aprobación del Comité de Gestión.

Asimismo, el manager de seguridad y salud se responsabiliza de centralizar, distribuir y administrar toda la información de seguridad y salud en cada hotel relacionada con la COVID-19.

INICIATIVAS DE SALUD EN NH HOTEL GROUP

WITH YOU well-being editions

A través de las ediciones especiales de With you, se ha animado a los empleados a realizar los programas formativos, disponibles en las plataformas, relacionados con el bienestar, como por ejemplo cómo convertir el estrés en positivo, o ser resistente para volver a ser más fuerte

Holistic Concept

La Compañía contrató los servicios de Holistic Concept para ayudar a todos sus team members con las situaciones de tensión del día a día. Así, todos los empleados tienen acceso a más de 200 audios y vídeos, que en menos de 15 minutos mejoran la concentración, creatividad, motivación, reducen la ansiedad y la tensión muscular y ayudan a gestionar la incertidumbre de estos tiempos que nos ha tocado vivir.

FORMACIÓN EN SEGURIDAD Y SALUD

Los cursos de formación sobre riesgos laborales dependen de la legislación en cada país, así pues, contamos con un amplio catálogo de formación sobre esta materia, que van desde Manipulación de Alimentos, hasta nociones básicas de Primeros Auxilios. Adicionalmente, este año los programas se han tenido que centrar principalmente en la formación sobre el nuevo coronavirus, qué es, como identificar los síntomas y qué hacer en caso de un contagio de un trabajador o un cliente.

FORMACIÓN EN SEGURIDAD Y SALUD LABORAL 2020

	Perímetro consolidado		Perímetro corporativo	
	Presencial	Online	Presencial	Online
Número de empleados formados	1.440	2.589	1.620	3.065
Número de programas	225	57	251	58
Horas de formación	11.072	5.444	14.617	6.991

ACCIDENTABILIDAD Y ENFERMEDADES PROFESIONALES

ACCIDENTES

	Perímetro consolidado			Perímetro corporativo		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Accidentes mortales	0	0	0	0	0	0
Accidentes con baja	62	55	117	82	69	151
Accidentes con baja de graves consecuencias	4	2	6	4	2	6
Accidentes sin baja	29	21	50	36	26	62
Accidentes totales	91	76	177	118	95	213

90% de alcance de plantilla. No se incluye información de los siguientes países: Andorra, Austria, Bélgica, Brasil, República Checa, República Dominicana, Haití, Hungría, Irlanda, Luxemburgo, Rumanía, Eslovaquia, Suiza, Reino Unido y Uruguay.

ENFERMEDADES PROFESIONALES

	Perímetro consolidado			Perímetro corporativo		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Enfermedades profesionales mortales	0	0	0	0	0	0
Enfermedades profesionales con baja	13	5	18	13	5	18
Enfermedades profesionales con baja de graves consecuencias	0	3	3	0	3	3
Enfermedades profesionales sin baja	6	4	10	6	5	11
Enfermedades profesionales totales	19	9	28	19	10	29

90% de alcance de plantilla. No se incluye información de los siguientes países: Andorra, Austria, Bélgica, Brasil, República Checa, República Dominicana, Haití, Hungría, Irlanda, Luxemburgo, Rumanía, Eslovaquia, Suiza, Reino Unido y Uruguay.

En 2020, NH Hotel Group ha registrado 29 enfermedades profesionales, produciéndose 19 enfermedades en mujeres y 10 en hombres. La mayoría de ellas están relacionadas con daños en el sistema musculoesquelético como bursitis, tendinitis, etc.

ÍNDICES DE ACCIDENTABILIDAD Y ENFERMEDADES PROFESIONALES

	2020		2019	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Perímetro consolidado				
Índice de Frecuencia (IF)* accidentes mortales	0	0	0	0
Índice de Frecuencia (IF)* accidentes laborales con baja	6,1	5,6	13,33	10,89
Índice de Frecuencia (IF)* accidentes laborales con graves consecuencias	0,39	0,2	ND	ND
Índice de Gravedad (IG)*** accidentes laborales	0,13	0,11	0,26	0,21
Índice de Frecuencia enfermedades profesionales mortales	0	0	0	0
Índice de Frecuencia enfermedades profesionales	1,9	0,9	1,21	0,45
Índice de Frecuencia enfermedades profesionales con graves consecuencias	0,05	0,01	ND	ND
Índice de Gravedad accidentes laborales con graves consecuencias	0,05	0,01	ND	ND
Índice de Gravedad enfermedades profesionales	0,2	0,1	0,02	0,003
Perímetro corporativo				
Índice de Frecuencia (IF)* accidentes mortales	0	0	0	0
Índice de Frecuencia (IF)* accidentes laborales con baja	7,15	6,16	15,02	12,34
Índice de Frecuencia (IF)* accidentes laborales con graves consecuencias	0,35	0,18	ND	ND
Índice de Gravedad (IG)** accidentes laborales	0,21	0,12	0,29	0,23
Índice de Frecuencia enfermedades profesionales mortales	0	0	0	0
Índice de Frecuencia enfermedades profesionales	1,7	0,9	1,21	0,45
Índice de Frecuencia enfermedades profesionales con graves consecuencias	0,05	0,01	ND	ND
Índice de Gravedad accidentes laborales con graves consecuencias	0,05	0,01	ND	ND
Índice de Gravedad enfermedades profesionales	0,17	0,09	0,02	0,003

90% de alcance de plantilla. No se incluye información de los siguientes países: Andorra, Austria, Bélgica, Brasil, República Checa, República Dominicana, Haití, Hungría, Irlanda, Luxemburgo, Rumanía, Eslovaquia, Suiza, Reino Unido y Uruguay.

*Los índices de accidentabilidad han sido calculados respecto a una muestra representativa de los datos.

**IF = número de accidentes laborales o enfermedades profesionales / horas trabajadas *1.000.000

***IG= días de baja por accidentes laborales o enfermedades profesionales / horas trabajadas *1.000

ROTACIÓN Y ABSENTISMO

TASA DE ROTACIÓN DE EMPLEADOS POR UNIDAD DE NEGOCIO 2020 (%)

	No voluntaria			Voluntaria			Total
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total	
Perímetro consolidado							
Oficinas centrales y CRO	2,6	3,7	6,3	4,8	3,7	8,5	14,7
BU América	5,7	5,3	11,0	6,0	4,8	10,7	21,7
BUNE	8,2	7,7	15,9	1,5	1,8	3,3	19,2
BUSE	4,9	5,5	10,4	9,1	8,0	17,0	27,4
Total	6,4	6,2	12,6	4,6	4,0	8,6	21,3
Perímetro corporativo							
Oficinas centrales y CRO	2,6	3,7	6,3	4,8	3,7	8,5	14,7
BU América	5,8	5,9	11,7	6,0	5,0	10,9	22,6
BUNE	8,5	8,0	16,5	1,7	2,1	3,8	20,3
BUSE	5,5	5,4	10,9	10,6	9,4	19,9	30,9
Total	6,7	6,6	13,3	5,0	4,5	9,4	22,7

Debido a las características del negocio hotelero, NH Hotel Group considera relevante conocer y gestionar la rotación específica de los trabajadores con contrato indefinido. La tabla a continuación muestra los resultados obtenidos en 2020 en cuanto a la plantilla fija.

TASA DE ROTACIÓN DE EMPLEADOS CON CONTRATO INDEFINIDO POR UNIDAD DE NEGOCIO (%)

	No voluntaria			Voluntaria			Total
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total	
Perímetro consolidado							
Oficinas centrales y CRO	1,0	0,8	1,8	3,4	3,4	6,7	8,5
BU América	2,1	2,0	4,0	5,7	4,2	9,9	13,9
BUNE	1,4	1,5	2,9	1,1	1,3	2,4	5,3
BUSE	4,9	5,4	10,3	9,2	7,9	17,1	27,4
Total	2,3	2,3	4,6	4,5	3,8	8,3	12,9
Perímetro corporativo							
Oficinas centrales y CRO	1,0	0,8	1,8	3,4	3,4	6,7	8,5
BU América	2,4	2,6	5,0	5,7	4,2	9,8	14,8
BUNE	1,4	1,5	2,9	1,1	1,4	2,5	5,4
BUSE	5,4	5,4	10,8	10,6	9,3	19,9	30,7
Total	2,6	2,7	5,3	4,9	4,2	9,1	14,3

HORAS DE ABSENTISMO*

	Perímetro consolidado		Perímetro corporativo	
	2020	2019**	2020	2019**
Accidente	43.082	49.000	50.955	57.756
Enfermedad	750.302	846.937	853.653	988.346
Total	793.384	895.937	904.608	1.046.102

*Se calcula sobre días hábiles de trabajo.

**Se ha efectuado un recálculo de las cifras 2019 ya que para la Unidad de Negocio de América, España y Portugal se habían considerado días naturales en vez de hábiles. En el resto de geografías ya se consideraba dentro de la jornada del empleado solo los días laborables.

TASA DE ABSENTISMO (%)

	Perímetro consolidado		Perímetro corporativo	
	2020	2019	2020	2019
Accidente	0,2	0,2	0,2	0,2
Enfermedad	3,3	3,6	3,3	3,7
Total	3,5	3,8	3,5	3,9

DESPIDOS EN 2020

A pesar de la coyuntura extraordinaria del año 2020, en la mayoría de las unidades de negocio se ha podido llevar a cabo una suspensión temporal del empleo por motivos de paralización provisional de la actividad o insuficiencia de ingresos en la Compañía, de ahí que no se haya visto incrementado el número de despidos respecto al año anterior. Para su cálculo se han considerado la totalidad de los despidos por causas objetivas o despidos disciplinarios.

Adicionalmente, NH Hotel Group se ha apoyado en las ayudas económicas lanzadas por los gobiernos de los países donde opera.

NÚMERO DE DESPIDOS

Perímetro consolidado	2020	2019	Variación
Despidos por género			
Mujeres	174	228	-24%
Hombres	217	277	-22%
Despidos por edad*			
Menores de 25 años	62	88	-30%
Entre 25 y 40 años	175	238	-26%
Más de 40 años	154	175	-12%
Despidos por categoría profesional*			
Top Management	13	17	-24%
Middle Management	43	74	-42%
Staff	335	414	-19%
Total	391	505	-23%

DIÁLOGO SOCIAL CON EMPLEADOS

NH Hotel Group busca mantener un modelo de relaciones laborales responsables y positivas basadas en principios de diálogo, consulta y participación de los trabajadores.

Por ello, en octubre de 2015 se constituyó el Comité de Empresa Europeo (CEE) de NH Hotel Group como iniciativa de la Federación Europea de Sindicatos de Alimentación, Agricultura y Turismo (EFFAT) y a petición de las afiliadas de Italia, Bélgica y España.

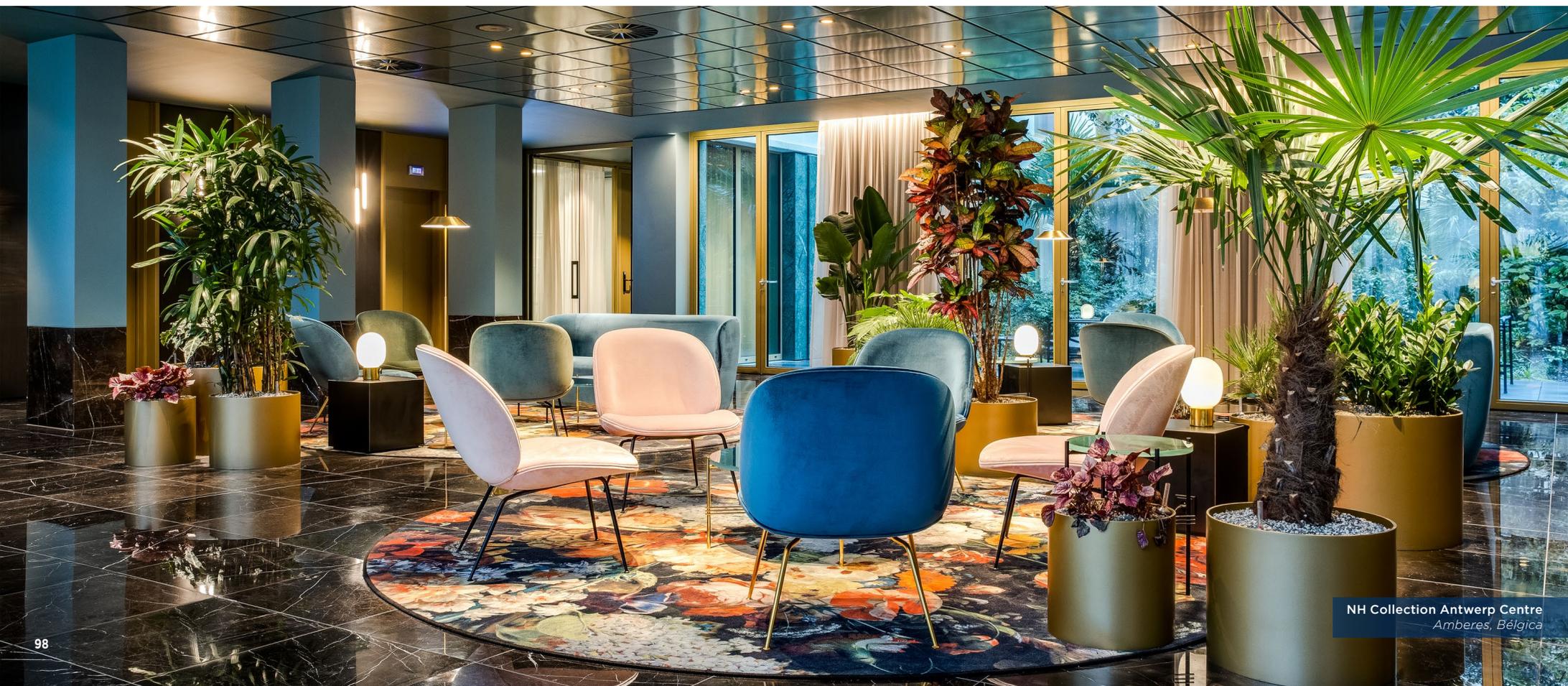
Este CEE afecta a todos los centros de trabajo que la empresa tiene en el espacio económico europeo, y se realiza al amparo de la directiva 2009/38/CE, así como de su transposición a la legislación española. Su función principal es lograr un nivel de comunicación y diálogo social que posibilite, en un clima de recíproca confianza, el mutuo entendimiento en cuestiones de carácter transnacional que afecten a sus empleados.

La cobertura de los empleados de NH Hotel Group por Convenios Colectivos, en los que se incluyen generalmente aspectos relacionados con la Seguridad y Salud de los empleados, varía según las diferentes Unidades de Negocio.

EMPLEADOS CUBIERTOS POR CONVENIO POR UNIDAD DE NEGOCIO (%)

	Perímetro consolidado		Perímetro corporativo	
	2020	2019	2020	2019
BU América	59	32	59	36
BUNE	94	96	92	95
BUSE	100	100	100	100
Total	92	88	91	87

**En Colombia se ha considerado el Pacto Colectivo formado entre la empresa y los empleados*



NH ROOM4 PEOPLE

NH ROOM4 PEOPLE: COMUNIDAD

NH Hotel Group busca crear un impacto positivo en aquellas comunidades donde está presente a través de alianzas responsables clave, proyectos solidarios y mecenazgo.

La estrategia de Sustainable Business de NH Hotel Group tiene entre sus principales objetivos mantener relaciones activas en las Comunidades en las que opera, contribuyendo al desarrollo local y atendiendo a las necesidades de cada destino en el que está presente a través de su propio negocio. El principal objetivo es mantener relaciones activas y atender a las necesidades de cada destino en el que está presente a través del propio negocio.

NH Hotel Group apuesta por construir alianzas responsables y de éxito con partners solidarios, con el objetivo de desarrollar proyectos estables y replicables en todas las Unidades de Negocio. Por ello, la Compañía define tres líneas de actuación global: Together with Love, Hoteles con Corazón y Programas de Empleabilidad.

De la noche a la mañana, la pandemia paralizó por completo el turismo mundial. Millones de personas perdieron la oportunidad de explorar diferentes lugares y abrazar diferentes culturas y costumbres. Durante este ejercicio, NH Hotel Group ha tenido que sobrevivir a una situación de crisis global, que no ha dejado a la Compañía operar con normalidad. El cierre de los hoteles, junto con las medidas de distanciamiento social, han impactado de forma muy significativa en cada una de las tres líneas de contribución social. Por ello, durante 2021, NH Hotel Group retomará sus líneas de actuación y su compromiso con los más vulnerables, creando valor en las comunidades donde está presente, como ha venido haciendo hasta ahora.

CONTRIBUCIÓN A LA SOCIEDAD

	2020	2019
Total de proyectos sociales	73	331
Nº de voluntarios NH	524	1.164
Hoteles involucrados	116	118
Aportación Tarifa ONG* (mil €)	14	244
Aportación de Bono Amigo + Tarifa Empleado** (mil €)	87,8	162
Inversión en acción social (mil €)	49	133

*Tarifa ONG - Aplicación de un descuento del 30% sobre la mejor tarifa disponible a entidades evaluadas y aprobadas previamente por el departamento de Responsabilidad Corporativa.

** Bono amigo y Tarifa empleado - recaudación de 2€ y 1€ respectivamente de las reservas realizadas con la tarifa especial para empleados, familiares y amigos que luego se emplea en servicios de alojamiento y restauración, tarifas especiales y becas de los programas de Acción Social de las diferentes Unidades de Negocio.





Anantara Villa Padierna
Marbella, España

NH RESPONSE

En 2020, NH Hotel Group decidió continuar con el programa de voluntariado corporativo Together with Love (TWL), buscando nuevas ideas y acciones que pudieran ser compatibles con la situación actual. Consciente del impacto significativo que la COVID-19 está teniendo en todo el mundo, la Compañía supo adaptarse a la “nueva” situación, sabiendo que la hospitalidad y solidaridad son más necesarias que nunca. Por ello NH continuó el voluntariado corporativo, involucrando a todos los empleados, incluyendo los afectados por el ERTE, siempre con las medidas necesarias de seguridad y salud para mantener seguros a todos los miembros del equipo. De esta forma, los empleados colaboraron activamente como voluntarios en proyectos responsables y se les incitó a fomentar la mentalidad de contribución a la ciudadanía de Compañía. Se les inculca un espíritu de voluntariado mientras se contribuye al logro de los ODS. Un desafío al que nos enfrentamos garantizando la salud y seguridad de todos los miembros de nuestro equipo y beneficiarios.

Debido a la situación excepcional en la que nos encontramos, la Compañía identificó, desde el inicio, una serie de iniciativas para ayudar a gobiernos, autoridades sanitarias y organizaciones sociales a hacer frente a la crisis. En este sentido, puso a disposición de las autoridades hoteles para que se pudieran medicalizar, logrando atender a 3.373 pacientes y ayudar con ello a aliviar los hospitales. Asimismo, se designaron hoteles como alojamientos especiales para 2.720 profesionales de la salud.

Además, se donaron cerca de 12,400 kg de comida procedente del cierre de los hoteles a bancos de alimentos y comedores sociales, así como 30.000 kits de amenities, 7.000 guantes, 6.000 gorros de ducha, 2.000 bolsas de basura, 55 camas y 600 mantas a centros sanitarios.

La compañía se sumó al movimiento #chefsforSpain lanzada por el chef José Andrés para entregar más de 120.000 menús a través de su fundación World Central Kitchen. NH Hotel Group participó con las cocinas de los hoteles Anantara Villa Padierna (Marbella), NH Collection Eurobuilding (Madrid) y NH Collection Finisterre (A Coruña) donde se cocinaron 138.759 menús para donarlos entre los colectivos más vulnerables durante la crisis.

Hoteles Medicalizados



3.373
personas atendidas

Hoteles para profesionales sanitarios



2.720
profesionales alojados

Cocinas de Producción



138.759
comidas donadas

Nuestro compromiso continúa con la donación de **5.600 menús** gracias a la iniciativa **Together With Love 'NH Runners'** y a la participación de nuestros team members.

DONACIÓN DE PRODUCTOS

Casi
12.400 Kgs
de comida
(8.397 Kgs donados en
BU América a familias
de team members)



Equipos de protección
personal: más de
7.000 guantes
y **2.000**
bolsas de basura

6.000 y **30.000**
gorros de ducha y amenities kits



55 camas y **600** mantas

TOGETHER WITH LOVE: VOLUNTARIADO CORPORATIVO

En 2020, y bajo el lema “Together with Love”, NH Hotel Group ha celebrado por segunda vez su semana de voluntariado corporativo a nivel mundial. Se trata de una iniciativa global enfocada hacia la sostenibilidad y el fortalecimiento de las relaciones con las comunidades locales donde el Grupo está presente y a la que se ha invitado a participar a todos los equipos de la Compañía. De esta forma, NH Hotel Group se ha unido a la iniciativa de voluntariado que anualmente desarrolla Minor International, con quien comparte un sólido compromiso por el desarrollo de su estrategia de sostenibilidad.

Desde el inicio de la pandemia, NH Hotel Group supo de la necesidad de alimentos y productos de primera necesidad, por ello se aunaron esfuerzos para ayudar a familias vulnerables y a otras que, por la situación actual, habían visto cortados sus ingresos de golpe y nunca pensaron que acabarían viviendo una situación tan complicada.

Con las medidas de seguridad necesarias y sin poner el riesgo la salud de todos los team members, NH Hotel Group lanzó la iniciativa: **NH Runners**, focalizada en todos los empleados, para recaudar menús solidarios a través de kilómetros recorridos por empleados voluntarios.

Nuestro compromiso con la donación de alimentos continúa actualmente gracias a los 5.600 menús recaudados a través de la iniciativa. Durante la segunda semana de junio de 2020, NH Hotel Group propuso la idea de correr kilómetros para contribuir en estos momentos de pandemia. Todos los empleados de la Compañía (afectados por ERTE incluidos) tuvieron la opción de donar sus kilómetros durante una semana, con la conversión de 1km=1menú.



Esta opción de voluntariado fue muy bien recogida por todos los empleados, que tuvieron la oportunidad de ayudar un año más a familias necesitadas, amoldándose a esta situación extraordinaria que estamos viviendo, pudiendo contribuir con un voluntariado en remoto y con las medidas de seguridad necesarias.

524
Voluntarios TWL

10.600
Beneficiarios TWL





NH Collection Marina
Génova, Italia

CAMPAÑAS SOLIDARIAS DE NAVIDAD DE NUESTROS NH VOLUNTEERS

Hoy más que nunca, NH Hotel Group quiere seguir comprometido con su estrategia de Negocio Responsable, apostando por apoyar a los colectivos más vulnerables de la Sociedad. Con motivo del periodo de Navidad, todas las Unidades de Negocio han promovido actividades solidarias de voluntariado corporativo entre sus team members bajo el concepto Together With Love. En este momento en el que somos testigos de una preocupante crisis sanitaria mundial, ha sido más importante que nunca nuestra la hospitalidad y solidaridad de nuestros team members.

BU - América:

NH Hotel Group Colombia y Ecuador está comprometido en acompañar y facilitar la vida de sus team members durante esta época sin precedentes. Por esta razón, conscientes de las necesidades y cómo la situación actual puede haber tenido efectos sobre la vida diaria de nuestros empleados más vulnerables y sus familias, la Compañía, líderes y colaboradores se unieron a través de sus donaciones e hicieron posible la entrega de alimentos básicos no perecederos a nuestros compañeros durante 3 meses, como muestra de nuestro cariño y apoyo.

BU - Norte de Europa:

En estos tiempos desafiantes de distancia social y trabajo remoto, la unidad de negocio de Norte de Europa quiso animar a todos sus team members a correr a través de la iniciativa "NH Santa Run for Charity". Se animó a los empleados a buscar patrocinadores entre familiares y amigos para conseguir donaciones para la Fundación Ronald McDonal. Gracias a esta iniciativa consiguieron la donación de 5.000€ para la Fundación. Con esta donación, la fundación podrá pagar 83 pernoctaciones para familias con niños enfermos que están en tratamiento en los hospitales.

BU - Sur de Europa:

Junto con la ONG Música para la Paz en Génova, los team members del hotel NH Collection Génova Marina cocinaron la cena del 26 de diciembre para numerosas personas sin hogar. Voluntarios de diferentes departamentos prepararon fiambreras con un menú especial para los más vulnerables que se distribuyeron en la estación Génova Porta Príncipe.

HQ - Donación al Banco de Alimentos:

Durante la campaña solidaria de Navidad, enmarcada bajo la iniciativa "Together With Love", NH Hotel Group decidió colaborar con el Banco de Alimentos de Madrid para recaudar alimentos de forma on-line a través de la página del Banco de Alimentos. Desde el inicio de la crisis sanitaria la demanda de alimentos ha aumentado más de un 40% por ello se decidió contribuir con esta Fundación. Durante las cuatro semanas de recogida on-line, se consiguieron un total de 715 kilos.

HOTELS WITH A HEART - HWH

Hoteles con Corazón es una iniciativa solidaria que pretende conseguir que aquellos niños y adolescentes que padecen alguna enfermedad grave y tienen que ir al hospital lejos de su hogar, puedan estar acompañados durante ese difícil periodo de tiempo de sus familiares más cercanos.

Para ello, NH Hotel Group pone a disposición de las familias habitaciones en hoteles cercanos a los centros hospitalarios de forma gratuita. Con este objetivo, y en estrecha colaboración con ONG's y fundaciones locales, la Compañía proporciona alojamiento gratuito en sus hoteles próximos a hospitales de numerosas ciudades a nivel nacional e internacional a familias con recursos limitados, para que puedan acompañar a sus seres más queridos.

Además, en esta iniciativa participan de forma voluntaria numerosos empleados de NH Hotel Group, que son los verdaderos anfitriones de estas familias y "Embajadores" del programa en cada uno de los hoteles. El Hotel NH Madrid Sur es el hotel de referencia del programa "Hoteles con Corazón", debido a que su acuerdo con la Fundación Menudos Corazones, que se inició en 2004, sigue vigente.

Cada establecimiento cuenta con una persona que da seguimiento a las familias, participa de sus vivencias y ayuda a hacer que su estancia en el hotel sea lo más cómoda posible. Desde el comienzo del programa, más de 2.000 empleados cada año se han convertido en verdaderos anfitriones de las familias, ayudando a que el hotel se convierta en un segundo hogar para ellas.



#HotelswithaHeart

#HOTELSWITHAHEART	2020	2019	Variación
Acuerdos con ONG	31	71	-56%
Noches de estancia donadas	317	1.059	-70%
Hoteles involucrados	30	49	-39%

Debido a la actual crisis sanitaria, gran parte de los hoteles de NH Hotel Group han permanecido cerrados durante varios meses, es por este motivo por el cual las noches de estancia donadas se ha visto tan reducidas este año.

PROMOCIÓN DEL EMPLEO JOVEN: PROGRAMAS DE EMPLEABILIDAD

El desempleo juvenil en España, más significativo en colectivos en riesgo de exclusión social, precisa de programas enfocados a mejorar la empleabilidad e integración de los jóvenes.

Durante 2020 y con motivo de la pandemia, esta iniciativa no se ha podido llevar a cabo ya que para la Compañía ha primado la seguridad de todos sus empleados y clientes. De esta forma, todos los programas de empleabilidad fueron cancelados este año.

No obstante, NH Hotel Group continúa comprometido con aumentar la empleabilidad de este colectivo y pretende impulsar diferentes programas de formación, prácticas laborales y empleo para jóvenes en riesgo de exclusión y con discapacidad en los hoteles de todas sus Unidades de Negocio una vez que la crisis sanitaria lo permita y finalice el riesgo de contagio.

De esta forma, los proyectos, que son parte de la estrategia de Comunidad, se alinean también con el compromiso de la Compañía con el ODS 8, "Trabajo decente y crecimiento económico".

ALIANZAS CON FUNDACIONES Y ONGS

El impacto local se consigue gracias a la creación de alianzas responsables con fundaciones y ONG, la colaboración de empleados voluntarios en proyectos responsables y la promoción de la cultura. Para el desarrollo de proyectos sociales y que puedan replicarse en todas las Unidades de Negocio, NH Hotel Group apuesta por construir alianzas responsables y de éxito con aliados solidarios.

Por ello, en cada uno de los países donde estamos presentes se ha seguido trabajando con diferentes fundaciones y ONGS, como es el caso de Make a Wish, La con esta entidad comenzó en 2005 en España, Países Bajos e Italia, ofreciendo todas las facilidades para que niños de todo el mundo con enfermedades graves puedan realizar su ilusión.

En el norte de Europa y Alemania, la Compañía colabora con hospitales y fundaciones como Ronald McDonald Foundation, con la que también participa en programas enfocados al bienestar de las familias con niños enfermos, proporcionándoles un hogar cuando las casas de la fundación están completas.

Otra de las fundaciones con la que llevamos varios años colaborando es la Fundación "Menudos Corazones". Se han llevado a cabo iniciativas a distancia, para continuar ayudando a personas con cardiopatías congénitas y a sus familias con más fuerza que nunca porque ahora, para muchas de ellas, sus necesidades son mayores. Una de estas iniciativas fue la elaboración de un vídeo Cuentacuentos por parte de empleados voluntarios. Una buena oportunidad para contar ese cuento o historia favorita a los niños y niñas con problemas de corazón.



NH Collection Amsterdam Flower Market
Amsterdam, Países Bajos

NH ROOM4 PLANET

NH ROOM4 PLANET

En su compromiso con el Planeta, NH Hotel Group trabaja para minimizar su impacto en el cambio climático, aumentar la eficiencia de los recursos y desarrollar servicios más sostenibles. Todo ello, reduciendo la huella ambiental de la Compañía, con un consumo responsable de los recursos naturales.

NH Hotel Group es una compañía comprometida con el bienestar de los huéspedes y con la gestión eficiente de los recursos disponibles en el entorno en el que se ubican los hoteles del Grupo. La Compañía es consciente de los efectos de su actividad en el medio ambiente, y trabaja en prevenir y anticiparse a las posibles contingencias ambientales, así como integrar la sostenibilidad en todos sus procesos, apostando siempre por reducir sus impactos.

La estrategia ambiental de la Compañía se canaliza a través de **NH ROOM4 Planet**, donde se define la hoja de ruta para dar cumplimiento a los compromisos adquiridos de **lucha contra el cambio climático y avance hacia la descarbonización, la gestión eficiente y consumo responsable** de los recursos y **economía circular**, el desarrollo de **productos más sostenibles**, pero también la involucración de empleados, proveedores, socios y clientes como actores clave para alcanzarlos.

Con el fin de formalizar la ampliación de estos compromisos a toda la operativa y al proceso de toma de decisiones de NH Hotel Group, en 2020 el Consejo de Administración celebrado el 29 de Julio aprobó la nueva Política de Medio Ambiente y Energía. Con esta actualización se incluye tanto a la cadena de aprovisionamiento y su distribución, la incorporación de nuevos socios o adquisición de hoteles en el portfolio y la propia operación de los hoteles en propiedad, alquiler, gestión y franquicia para dar cumplimiento tanto a esta Política, a suscripciones voluntarias adoptadas por NH, o a las leyes y regulaciones en materia ambiental aplicables.

Para la gestión de la estrategia medioambiental, NH Hotel Group cuenta con un Departamento Corporativo de Medio Ambiente que reporta al Vicepresidente de Ingeniería, Mantenimiento y Medio ambiente. Además, con el objetivo de prevenir y reducir los riesgos e impactos ambientales, hay un trabajo coordinado entre equipos de distintas áreas, tanto a nivel corporativo como de unidad de negocio y hoteles.

Adicionalmente, y coincidiendo con el lanzamiento de la nueva Política de Medio Ambiente y Energía, en el último trimestre del ejercicio se lanzó un nuevo curso on-line para sensibilizar y formar a los empleados en aspectos ambientales y capacitarlos para que los incorporen en sus rutinas y tareas diarias y así hacerles partícipes de la consecución de los compromisos de la Compañía.



NH Collection Grand Hotel Dei Dogi
Venecia, Italia

La gestión ambiental de la compañía parte de la identificación y revisión anual de los principales impactos ambientales que pudiera causar a través del **mapa de riesgos ambientales**. Si bien existe un proceso específico para evaluar los riesgos ambientales, la metodología que se sigue es consistente con la del modelo de gestión de riesgos corporativos. En 2020 se han identificado como riesgos más significativos los derivados del cambio climático, la escasez del agua, las consecuencias de la nueva normativa europea sobre plásticos de un solo uso y la no inclusión de nuevas tecnologías para una economía baja en carbono. La contaminación atmosférica, incluido el ruido y la contaminación lumínica, el consumo de materias primas y la protección de la biodiversidad no han resultado significativas en nuestra actividad tras este análisis.

La actualización del mapa de riesgos ambientales es revisada y validada por el Equipo de Auditoría Interna y el VP de Mantenimiento, Ingeniería y Medio Ambiente, quien reporta directamente al *Chief Operations Officer*, miembro a su vez del Comité de Riesgos.

En cuanto a las provisiones y garantías para cubrir riesgos ambientales, mencionar que NH Hotel Group realiza inversiones en actividades ambientales que son valoradas a su coste de adquisición y activadas como mayor coste del inmovilizado o de existencias en el ejercicio en el que se incurren.

Los gastos derivados de la protección y mejora del medio ambiente se imputan a resultados en el ejercicio en que se incurren, independientemente del momento en el que se produzca la corriente monetaria o financiera derivada de los mismos.

Por su parte, las provisiones relativas a responsabilidades probables o ciertas, litigios en curso e indemnizaciones u obligaciones pendiente de cuantía indeterminada del entorno ambiental, no cubiertas por las pólizas de seguro de la Compañía, se constituyen en el momento del inicio de la responsabilidad o de la obligación que determina una posible indemnización o pago.

Destacar que durante 2020 NH Hotel Group no ha recibido ninguna multa significativa derivada de incumplimientos ambientales por parte de las administraciones competentes de cada región donde opera.

PROGRAMA DE CERTIFICACIÓN AMBIENTAL

Los hoteles de NH Hotel Group cuentan con un sistema de gestión ambiental ISO 14001 y con el sistema de eficiencia energética ISO 50.001 certificados para los servicios de alojamiento, restauración, reuniones y eventos. A cierre de 2020, el 47,4% de los hoteles en Alemania, España e Italia cuentan ya con la certificación en ISO 14001 -un total de 100 hoteles- o en ISO 50001 -30 hoteles-.

Adicional a las certificaciones ISO, hay hoteles del grupo que también cuentan con otras certificaciones ambientales como: BREEAM, LEED, Green Key, Hoteles+Verdes. El objetivo es disponer de un volumen de hoteles cada vez más significativo con certificaciones ambientales globalmente reconocidas, específicas para el sector turístico, y aprobadas por el Global Sustainable Tourism Council, el mayor organismo de referencia.

En 2020, 10 hoteles han conseguido por primera vez algún sello distintivo en sostenibilidad, consiguiendo un total de 157 hoteles certificados³ de 361 de los hoteles de la cartera. Cabe destacar que 7 hoteles pertenecientes a la Unidad de Negocio Sur de Europa han obtenido una certificación ISO.

³ Algunos hoteles de NH Hotel Group tienen varias certificaciones, por lo que las cifras finales corresponden únicamente al número de hoteles. El alcance son todos los hoteles de la cartera.

“NH Hotel Group cuenta con la certificación individual del 44% de los hoteles del portfolio”

CERTIFICACIONES AMBIENTALES A CIERRE DE 2020

Unidad de Negocio	Certificación	Perímetro consolidado	Perímetro corporativo
BU América	HOTELES +VERDES	5	6
	LEED	1	1
	GREEN KEY	8	9
BUNE	ISO 14001	28	28
	ISO 50001	0	0
	BREEAM	1	1
	GREEN KEY	39	40
	ISO 14001	70	72
BUSE	ISO 50001	30	30
	BREEAM	3	3
	GREEN KEY	1	1
Número total de certificaciones		186	191

NUEVOS HOTELES INCORPORADOS AL PROGRAMA DE CERTIFICACIONES EN 2020

Hotel	País	Tipo de certificación
NH Barajas Airport	España	ISO 14001 e ISO 50.001
NH Paseo de la Habana	España	ISO 14001 e ISO 50.001
NH Las Artes	España	ISO 14001 e ISO 50.001
NH Málaga	España	ISO 14001 e ISO 50.001
NH Collection Fori Imperiali	Italia	ISO 14001
NH Collection Porta Rossa	Italia	ISO 50001
NH Collection Palazzo Cinquecento	Italia	ISO 50001
NH Essen	Alemania	ISO 14001
NH Leipzig	Alemania	ISO 14001
NH Mannheim	Alemania	ISO 14001

Adicionalmente, 163 hoteles de NH Hotel Group han obtenido el distintivo Green Leaders de TripAdvisor, siendo un total de 46% de hoteles de la Compañía que cuentan con este reconocimiento.



COMPROMISO EN LA LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO Y AVANCE HACIA LA DESCARBONIZACIÓN

En NH Hotel Group la lucha contra el cambio climático es un valor estratégico fundamental. Y, es por ello, que en 2019 la Compañía se convirtió en la primera hotelera española en establecer objetivos de reducción de emisiones validados científicamente por la iniciativa Science Based Targets (SBTi) – alianza líder para el impulso del sector empresarial contra el cambio climático participada por CDP, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, World Resources Institute y World Wide Fund for Nature.

Con ello, NH Hotel Group formaliza su compromiso de reducir en un 20% sus emisiones de carbono en toda su cadena de valor hasta 2030, evitando así la emisión de más de 70.000 toneladas de CO₂ a la atmósfera. El establecimiento de este objetivo marca la hoja de ruta de NH Hotel Group hacia una reducción significativa de la huella de carbono de su actividad en los próximos años, alineada al propósito fijado en el Acuerdo de París de limitar el aumento de la temperatura global por debajo de los 2°C, y sumarse a los esfuerzos que se están realizando globalmente hacia la transición a una economía baja en emisiones de carbono.

El *Chief Operations Officer* es responsable de los aspectos ambientales y climáticos en el Comité de Dirección, y es quien valida la estrategia climática de la Compañía recogida en el modelo NH ROOM4 Sustainable Business. La dependencia de este área ha recibido un nuevo impulso desde el 2 de octubre de 2020, momento en que ha pasado a ser nombrado miembro ejecutivo del Consejo de Administración.

El Consejo de Administración de NH Hotel Group tiene la responsabilidad de supervisar el modelo NH ROOM4 Sustainable Business, definido como uno de los pilares de la estrategia de la Compañía.

Esta labor de supervisión y control se articula a través de dos de las Comisiones de Consejo de Administración. Por una parte, la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo, es la responsable de dar seguimiento y supervisar el cumplimiento del modelo y la Política de Responsabilidad Corporativa de NH Hotel Group. Por otra, la Comisión de Auditoría y Control, tiene la responsabilidad de evaluar cualquier cuestión relativa a riesgos, entre los que se incluyen los ambientales y climáticos.

Riesgos y oportunidades climáticas

Desde 2019, NH Hotel Group gestiona los riesgos derivados del Cambio Climático como parte del modelo de gestión de riesgos, al tener identificado el Cambio Climático como uno de los riesgos emergentes para la Compañía.

En paralelo, anualmente se analizan los riesgos climáticos a los que la compañía está expuesta como parte del proceso de actualización del mapa de riesgos ambientales, siguiendo la metodología en línea con el modelo de gestión de riesgos corporativos (ver capítulo Gestión de riesgos).

En la última actualización del mapa de riesgos ambientales de enero 2021, se han identificado como riesgos derivados del cambio climático más significativos el desarrollo normativo como el Green Deal de la Unión Europea y la exposición a fenómenos meteorológicos extremos y desastres naturales, la escasez de agua y la no inclusión de nuevas tecnologías hacia una economía baja en carbono.

Este entorno regulatorio hacia una economía moderna, eficiente en el uso de los recursos y competitiva y neutra en emisiones de carbono, tendrá un impacto para NH Hotel Group tanto en términos de inversiones como de renovación de hoteles o adquisición de nuevos hoteles. Hay que recordar que el 83% del portfolio de NH está en ciudades europeas.

Por otra parte, el cambio en los patrones meteorológicos repercute directamente en los sistemas de gestión de la calefacción y la refrigeración provocando costes adicionales relacionados con el funcionamiento y el mantenimiento de los edificios, así como otros costos como el aislamiento, el techo y el mantenimiento de los exteriores de los edificios.

El análisis constante de los riesgos climáticos a los que podemos estar sometidos permite estar alerta para convertirlos en una oportunidad para la Compañía. Se ha logrado optimizar los procesos operativos y obtener ahorros por las reducciones en el consumo de energía y agua, desde 2008 de más de 31 millones de euros.

Estas acciones y compromisos permiten a NH Hotel Group posicionarse como una empresa sostenible y respetuosa con el medio ambiente, incrementando con ello el valor de sus marcas.

Medidas para la mitigación y adaptación

Como primer paso para reducir la huella de carbono derivada de la propia operación de sus hoteles, la Compañía dispone de una norma corporativa “Guía de Hotel Eco-Eficiente” para integrar la sostenibilidad y la eficiencia energética en el diseño y la construcción de nuevos hoteles y renovaciones. Esta norma garantiza que todas las actividades de sus edificios tendrán en cuenta las directrices ecológicas y los riesgos del cambio climático en el diseño y la construcción a fin de minimizar y controlar los riesgos.

Además de reforzar el trabajo que la Compañía viene realizando desde hace años en términos de eficiencia (Plan de Eficiencia Energética), para cumplir sus objetivos SBT de reducir un 20% sus emisiones de carbono en toda su cadena de valor hasta 2030, la Compañía está trabajando en otras tres líneas:



- Análisis exhaustivo de las oportunidades para continuar trabajando con los proveedores y reducir conjuntamente la huella de carbono. Durante 2019 y 2020, se han identificado a los proveedores con una mayor huella de carbono y se trabajará con ellos para mejorar canales de reporte de información, así como búsqueda del alineamiento para reducir emisiones de la cadena de valor.



- Contratación de energía verde como elemento crítico para reducir la huella de carbono de sus operaciones. Destacar que, en 2020, el consumo de energías renovables o verdes está disponible el 100% de los hoteles de España, Italia, Holanda, Bélgica y Luxemburgo, cubriendo un 69% del total de la energía eléctrica consumida por los hoteles del Grupo en Europa.



- Compensación de emisiones hasta llegar al objetivo marcado. A principios de 2020 se comenzó a trabajar en un plan de compensación de emisiones que se ha visto paralizado debido al plan de contingencia instaurado en la compañía a causa de la crisis sanitaria. En el próximo año se plantea seguir trabajando en esta línea para dar cumplimiento a los objetivos de reducción marcados.



HUELLA DE CARBONO

	Emisiones totales (t eq CO ₂)			Ratio emisiones (kg eq CO ₂ /RN)		
	2020	2019	Variación	2020	2019	Variación
Alcance 1						
BU América	1.963	4.311	-54%	5,39	3,91	38%
BUNE	18.022	32.182	-44%	8,88	5,77	54%
BUSE	13.665	22.940	-40%	7,47	4,29	74%
Total	33.650	59.433	-43%	7,97	4,94	61%
Alcance 2						
BU América	6.192	11.294	-45%	16,99	10,24	66%
BUNE	22.164	27.434	-19%	10,92	4,92	122%
BUSE	1.678	3.080	-46%	0,92	0,57	61%
Total	30.034	41.808	-28%	7,11	3,48	104%
Alcance 1+2						
BU América	8.155	15.605	-48%	22,38	14,15	58%
BUNE	40.186	59.616	-33%	19,80	10,69	85%
BUSE	15.343	26.020	-41%	8,39	4,87	72%
Total	63.684	101.241	-37%	15,08	8,42	79%

Tras la aprobación de los objetivos de reducción de emisiones validados por SBTs, NH Hotel Group ha estimado, siguiendo esta metodología, una totalidad de emisiones alcance 3 de 162.752 t eq CO₂⁴ en 2020.

Las excepcionales e irregulares condiciones de operación de los hoteles desde marzo y a lo largo del resto del año, se refleja en los datos de la huella de carbono de NH Hotel Group. Las emisiones absolutas disminuyen en todos los alcances por la disminución de la actividad, y por consiguiente de los consumos, sin embargo el ratio de emisiones aumenta al haber disminuido drásticamente la ocupación (RN).

La Compañía participa, asimismo, en distintos foros y proyectos para el fomento de la lucha contra el cambio climático y la reducción de emisiones de carbono y consumos.

⁴ Las emisiones de alcance 3 publicadas no entran dentro del alcance de la auditoría.



NH Zurich Airport
Zúrich, Suiza

INICIATIVAS PARA LA LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO

Participación en Grupos de Trabajo

Grupo Español de Crecimiento Verde

Desde su creación en 2016, NH Hotel Group forma parte del Grupo Español de Crecimiento Verde (GECV). Consiste en una plataforma de colaboración público-privada para avanzar conjuntamente en la lucha contra el cambio climático y hacia una economía baja en carbono.

Grupo de trabajo en Agua y Huella de Carbono de la Sustainable Hospitality Alliance (anteriormente con denominación International Tourism Partnership (ITP))

En 2020, SHA y sus miembros han continuado trabajando en sus cuatro objetivos comunes; siendo dos de ellos las emisiones de carbono y la escasez de agua.

NH Hotel Group ha participado en grupos de trabajo con el objetivo de complementar los objetivos individuales de cada compañía del sector mediante la colaboración y el trabajo conjunto para multiplicar el impacto de las acciones. Además, ha asistido a ponencias y colaborado en la elaboración del documento “Casos de Negocio de Hoteles Sostenibles” publicado por SHA.

“Reto y compromiso de las empresas frente a la movilidad”

NH Hotel Group asistió y participo en el acto organizado por la Camera di Commercio Italiana per la Spagna, en colaboración con Share Now, el Instituto de Desarrollo y Ahorro Energético y el TEMA GC. El objetivo de este acto fue promocionar las buenas prácticas de las empresas españolas y trabajar por la descarbonización de las mismas.

Iniciativas globales de concienciación en la reducción de emisiones de carbono

Hora del Planeta 2020 de World Wildlife Fund (WWF)

NH Hotel Group se ha sumado por duodécimo año consecutivo a esta iniciativa global que fomenta la concienciación ambiental frente al Cambio Climático. Los hoteles del Grupo participan apagando la iluminación de sus fachadas durante una hora, y organizan actividades para involucrar a los clientes y empleados.

GESTIÓN EFICIENTE Y CONSUMO RESPONSABLE DE LOS RECURSOS



GREEN SAVINGS PROJECT

Proyecto centrado tanto en la obtención de ahorros en los costes de operación de la Compañía, así como en la eficiencia energética, para asegurar el ahorro en recursos: agua, energía y otros gastos.

Para llevar un control exhaustivo y riguroso de las medidas de consumo de energía, huella de carbono y consumo de agua, NH Hotel Group utiliza la plataforma Sustain Focus, desde donde se controlan los indicadores de la estrategia de sostenibilidad. Se trata de un sistema online al que tienen acceso casi la totalidad de los hoteles de la Compañía y que permite el reporte, control, seguimiento y trazabilidad de los indicadores y los consumos y costes de agua y de energía.

Plan de eficiencia Energética

Este plan agrupa proyectos de "Eficiencia energética", considerando todos aquellos que pueden mejorar el consumo de energía en el hotel, además de los costes auxiliares relacionados con ellos:

- Cambios de equipos, cuyo reemplazo supone una eficiencia mayor: bombas, minibares, trenes de lavado, climatizadores, calderas, enfriadoras...
- Inversiones relacionadas con el control de las instalaciones: sistemas de gestión energética de edificios, actualización de contadores, mejoras en la iluminación...
- Actuaciones en las fachadas de los inmuebles que suponen mejoras de la envolvente y en el aislamiento.
- Adicionalmente, en 2019 la Compañía creó una nueva línea de CAPEX destinada a proyectos donde no solo se busque el retorno económico sino conocer el retorno ambiental. Algunos de estos proyectos son: eliminación de combustibles fósiles y aumento de energía renovables. Debido al Plan de Contingencia originado por el COVID-19 se tuvieron que anular la mayoría de los proyectos.

Con todo ello, durante el año 2020 se han ejecutado proyectos que mejoran la eficiencia energética por valor de 3 millones de euros.

Adicionalmente, durante el 2020, NH Hotel Group ha trabajado en la actualización de la "Guía del Hotel Eco-eficiente", con el objetivo apoyar el crecimiento sostenible y reducir las emisiones de carbono que generan la construcción y el diseño de hoteles de la compañía. Esta Guía será aplicable a todas las marcas con las que NH Hotel Group opera.

CONSUMO DE ENERGÍA

	Consumo de energía (kwh)			Ratio energía (kwh/RN)		
	2020	2019	Variación	2020	2019	Variación
BU América	29.127.942	54.090.594	-46%	79,93	49,06	63%
BUNE	199.601.249	275.339.422	-28%	98,33	49,37	99%
BUSE	149.924.219	252.022.163	-41%	81,98	47,20	74%
Total	378.653.410	581.452.180	-35%	89,66	48,37	85%

Debido a las dificultades derivadas de la pandemia, que han causado situaciones sin precedentes en los hoteles (con cierres puntuales o prolongados de los mismos, reducciones de plantilla y caídas drásticas de la ocupación), unido a las limitaciones por confinamiento de los técnicos de los hoteles y de las compañías distribuidoras, la gestión de datos de consumo ha resultado más compleja. Esto ha llevado a la Compañía a tener que realizar una estimación para meses puntuales en los que no se disponía de datos, para tener una imagen lo más real posible del indicador.

En el caso concreto de la energía, se ha realizado una estimación para el 3,5% y del 3% de los datos de consumo mensual de gas y de electricidad respectivamente en los hoteles que consolidan. Para ello, se ha calculado el consumo de forma proporcional a la ocupación de 2019 y de 2020, considerando meses comparables (mismas condiciones climáticas, dado que es la climatización uno de los factores que más influyen en estos consumos).

CONSUMO DE ENERGÍA POR FUENTES (kwh)

	2020	2019	Variación
Gas Natural	158.959.514	229.581.206	-31%
Gas Oil	1.301.329	2.646.296	-51%
GLP	1.885.104	6.800.661	-72%
Propano	422.208	4.291.687	-90%
BTZ	871.032	586.789	48%
Biomasa	143.800	232.929	-38%
Electricidad	175.225.547	290.375.788	-40%
Electricidad renovable	106.311.658	148.609.085	-28%
District heating	38.543.552	44.852.208	-14%
District cooling	1.301.324	2.059.043	-37%
Total	378.653.410	581.426.608	-35%

Gestión del agua

Desde la definición del primer Plan de Sostenibilidad en 2007, se han implantado medidas de ahorro del consumo de agua tales como implementación de aireadores y dispositivos de reducción de consumo en cisternas, la instalación de novedosos sistemas de recuperación y reutilización de agua, la compra eficiente de los dispositivos como trenes de lavado en cocinas, además de la formación y sensibilización de los empleados y el rediseño de las pautas y actuaciones operativas en cocina y pisos. En 2014 se inició la implantación progresiva de duchas que consiguen una reducción del volumen de agua en un 40% gracias a su tecnología de ahorro.

En 2020, la Compañía ha ido un pasó allá en el diagnóstico del impacto de su actividad con la identificación, a través de la herramienta Aqueduct de World Resources Institute (WRI), de hoteles de su porfolio que se encuentran en áreas con riesgo de estrés hídrico. El resultado del análisis es que el 29% de los hoteles del portfollio de NH Hotel Group están ubicados en zonas con un elevado estrés hídrico.

Con esta foto, la Compañía trabajará en la definición de una estrategia para su gestión del agua, con planes de acción que garanticen un modelo de consumo responsable de los recursos hídricos.

Debido a las dificultades derivadas de la pandemia, que han causado situaciones sin precedentes en los hoteles (con cierres puntuales o prolongados de los mismos, reducciones de plantilla y caídas drásticas de la ocupación), unido a las limitaciones por confinamiento de los técnicos de los hoteles y de las compañías distribuidoras, la gestión de datos de consumo ha resultado más compleja. Esto ha llevado a la Compañía a tener que realizar una estimación para meses puntuales en los que no se disponía de datos, para tener una imagen lo más real posible del indicador.

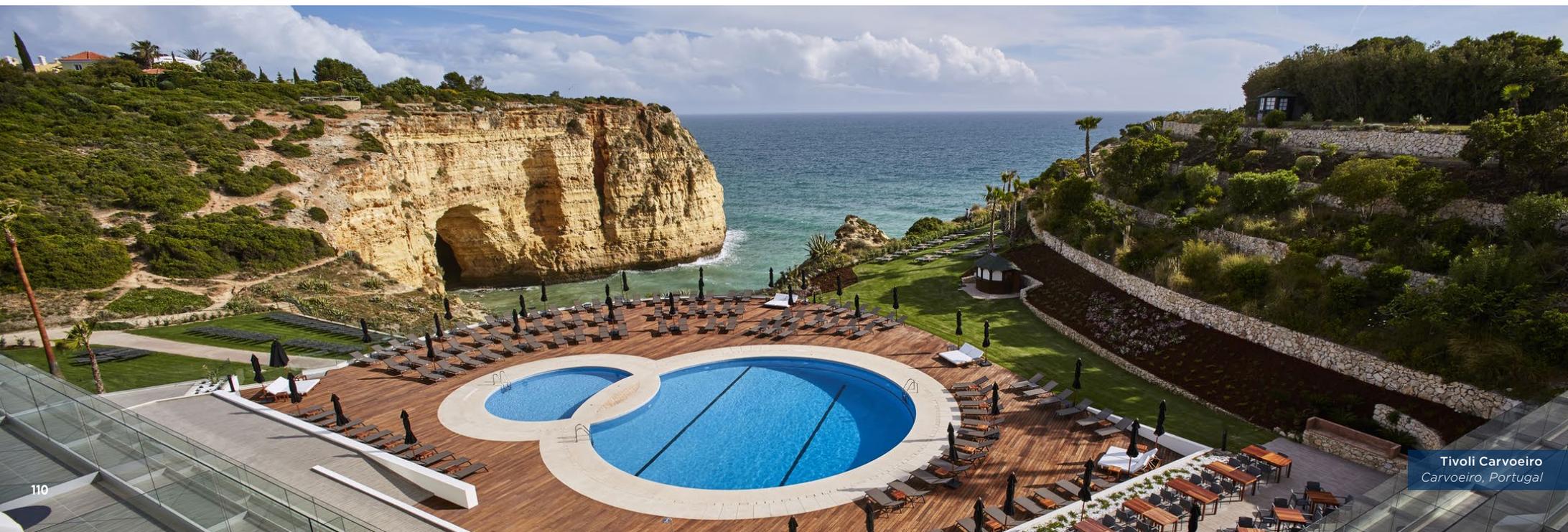
En el caso concreto del agua, se ha realizado una estimación para el 4% de los datos de consumo mensual de los hoteles que consolidan. Para ello, se ha calculado el consumo de forma proporcional a la ocupación de 2019 y de 2020.

EXTRACCIÓN DE AGUA PROCEDENTE DE REDES DE ABASTECIMIENTO

	Extracción de agua (m³)			Ratio agua (m³/RN)		
	2020	2019	Variación	2020	2019	Variación
BU América	238.278	445.469	-47%	0,654	0,404	62%
BUNE	855.204	1.506.862	-43%	0,421	0,270	56%
BUSE	828.534	2.037.211	-59%	0,453	0,382	19%
Total	1.922.016	3.989.542	-52%	0,455	0,332	37%

El consumo de agua que se venía reportando por el mercado hasta el año pasado según la definición del "GRI (2016)-303-1-Extracción de agua por fuente" (agua captada), se corresponde este año con la información reportada en el nuevo estándar para agua "GRI (2018)-303-3-Extracción de agua.

El agua que entra en los hoteles para uso en cocinas, limpieza, baños, llenado de piscinas, etc. se vierte a las redes de saneamiento municipales. El consumo de agua atribuible a las pérdidas que se pudieran ocasionar por evaporación en piscinas o fuentes, riego, o depósitos de aljibes y aguas de incendio no es significativo.



Tivoli Carvoeiro
Carvoeiro, Portugal

GESTIÓN DE RESIDUOS Y ECONOMÍA CIRCULAR

NH Hotel Group cuenta con un sistema de separación de residuos en origen en todos sus hoteles, el cual permite y facilita el reciclaje de dichos residuos. Los residuos separados in-situ son: papel y cartón, vidrio, aceite usado, envases (plásticos, bricks, latas, etc.) y orgánico. Este sistema permite recuperar materiales para su reciclaje y posterior valoración.

Por otra parte, los residuos peligrosos se segregan acorde a los requisitos legales de cada región. Los muebles y enseres retirados que mantienen buena calidad durante los cambios en reformas pueden ser entregados a empleados o donados a organizaciones locales.

Cabe destacar que, en el 2020, varios hoteles de la compañía habían comenzado a coordinar un proyecto con el objetivo reducir los residuos generados por los hoteles y mejorar la gestión de los mismos. Debido al COVID-19 y al cierre de muchos hoteles de nuestra cartera, este proyecto se vio interrumpido, y está previsto retomarlo en el momento que se vuelva a la operativa normal de la Compañía.



Compromiso de reducción de plásticos de un solo uso

Si bien el consumo de materias primas no es un aspecto que haya resultado significativo para NH Hotel Group en su análisis de riesgos ambientales, la normativa europea sobre plásticos de un solo uso sí que tiene un impacto relevante.

Por ello, la Compañía estableció en 2018 un plan para eliminar los artículos desechables de plástico de un solo uso de sus estándares para todas las marcas de la cartera. En 2020, los artículos como vasos de plástico de las habitaciones, bolsas de lavandería, empaques de zapatillas, envoltorios de dulces, entre otros, desaparecieron o fueron sustituidos por alternativas más sostenibles.

Adicionalmente, los productos de jabón ofrecidos en los baños de las habitaciones serán sustituidos por nuevos dispensadores. Dentro del plan de reducción de un solo uso se contempla integrar fuentes de agua en zonas comunes, evitando así el uso de botellas de plástico. De esta forma, NH Hotel Group ha estimado que elimina 31 millones de artículos de plástico de uso único en los hoteles del Grupo.

Si bien la política de la Compañía es eliminar los artículos de plástico de un solo uso, objetivo cumplido en 2020 para los plásticos derivados de la operativa normal de los hoteles, uno de los protocolos de limpieza y desinfección implantados en los hoteles con Feel Safe at NH fue la obligatoriedad que todos los elementos susceptibles de ser compartidos por los clientes (mandos a distancia, amenities, mantas.....) se cubrieran con plástico para garantizar su higiene. Ello ha provocado que, excepcionalmente y por las circunstancias de la pandemia, durante 2020 se hayan tenido que incorporar y gestionar en los hoteles 1,6 millones de bolsitas de plástico.

Además, el uso obligatorio de mascarillas y medidas de lavado de manos ha llevado a la compra de 1,2 millones de mascarillas, 1,3 millones de toallitas higiénicas y más de 30 mil botellas de gel hidroalcohólico con la consiguiente gestión de los mismos.



Es un proyecto que nace con el objetivo de promover la economía circular y fomentar el reciclaje, la reutilización y otras formas de recuperación. Este proyecto es una iniciativa sostenible pionera en el sector hotelero europeo, que NH Hotel Group ha desarrollado junto a la empresa líder de revestimientos y producción de corcho Amorim.

La iniciativa tiene como objetivo recuperar y reciclar los tapones de las botellas descorchadas en sus hoteles para darles un nuevo uso, convirtiéndolos en material de revestimiento y aislamiento que se podrán utilizar en las habitaciones del grupo. Este material aislante reduce la contaminación acústica y las necesidades de climatización artificial de las mismas, mejorando así su eficiencia energética. En España e Italia, son 55 los hoteles que están participando y recogiendo los tapones de corcho.

En 2020, el Grupo Español de Crecimiento Verde publicó “34 Casos de Economía Verde”, un compendio best practices alineadas con modelos sostenibles y su contribución a la competitividad y la generación de valor para las compañías que lo impulsan y a la sociedad. El proyecto CORK2CORK resultó seleccionado y publicado como uno de los casos de éxito.

En el año 2020, con motivo de la crisis sanitaria y el descenso en la actividad de los hoteles, no se ha tenido la oportunidad de recoger una cantidad significativa de tapones de corcho.



Lucha contra el desperdicio de alimentos

NH Hotel Group es consciente de que, debido al desperdicio de alimentos, no se pierden únicamente estos recursos, sino también otros asociados con su producción o transporte. El origen del desperdicio de alimentos se genera en el proceso de preparación/elaboración de cada uno de los servicios de F&B.

Los hoteles, para minimizar el impacto de desperdicios, aplican en la cadena de producción procesos, fichas técnicas y estándares de elaboración para garantizarlos. Estos se aplican desde la previsión de necesidades (pedidos), elaboración, conservación y rotación de todos los productos garantizando además la mejor calidad.

En 2019 se comenzaron proyectos piloto para analizar los residuos generados en cocina, identificando qué tipo de residuo se tiraba, a qué hora, y que cantidad, proporcionando así información útil para reducir el desperdicio de alimentos. Durante el 2020 y debido a los daños producidos por la pandemia, NH Hotel Group se ha comprometido a apoyar a colectivos especialmente impactados por la COVID-19 mediante la creación de un nuevo proceso que incrementa la eficiencia en la gestión de los recursos y aprovechamiento de los excedentes de producción en cocinas, para ello, se ha comenzado a colaborar con diversas start-ups de comida que reutilizan estos excedentes dando salida al producto no consumido en el hotel.

El cierre y ajuste de personal de los hoteles de durante 2020 ha obligado a paralizar estos proyectos, y se retomarán en cuanto se normalice la actividad.

EL DESARROLLO DE PRODUCTOS MÁS SOSTENIBLES



GREEN HOTEL PROJECT

Este proyecto busca ofrecer valor a los clientes mediante acciones sostenibles, poniendo foco en los atributos de innovación que mejoran la percepción de la marca.

Como ejemplos más destacados del proyecto, NH Hotel Group ofrece en sus hoteles los servicios *EcoFriendly Meeting and Events*, y Movilidad Sostenible.

EcoFriendly meetings and events

En los hoteles del Grupo se busca involucrar al cliente durante la celebración de sus eventos, ofreciendo el servicio “Eco-friendly Meetings & Events” y el servicio de cálculo de la Huella de carbono por los eventos y reuniones celebrados. También se ofrece el servicio de compensación de emisiones en colaboración con Carbon Clear miembro fundador de la International Carbon Reduction and Offset Alliance.

La huella de carbono del evento es calculada siguiendo un procedimiento interno basado en el protocolo GHG y en las “Directrices para la preparación del inventario nacional de emisiones de gases de efecto invernadero” del IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change). El cálculo de la huella de carbono del evento incluye el transporte y el uso de las salas de reuniones, así como de las habitaciones del hotel seleccionado.

Movilidad sostenible

Durante la estancia y visitas turísticas de los clientes, la Compañía ofrece servicios de movilidad como el carsharing o el alquiler de bicicletas. Actualmente hay más de 26 hoteles que ofrecen servicio de alquiler de bicicletas, además de puntos de recarga para coches eléctricos instalados en 48 hoteles. Desde 2014, NH Hotel Group cuenta con un estándar global de movilidad sostenible.

En 2020, se ha continuado la apuesta por ofrecer servicios de recarga de movilidad eléctrica aumentando el número de hoteles y oficinas con este servicio. Durante ese año, se instaló un punto de recarga para vehículos eléctricos para los empleados de Headquarters.

Actualmente se están actualizando los puntos de recarga de los hoteles mejorando la tecnología para conseguir una recarga más rápida y adaptada a los nuevos vehículos.

Satisfacción del cliente con la sostenibilidad

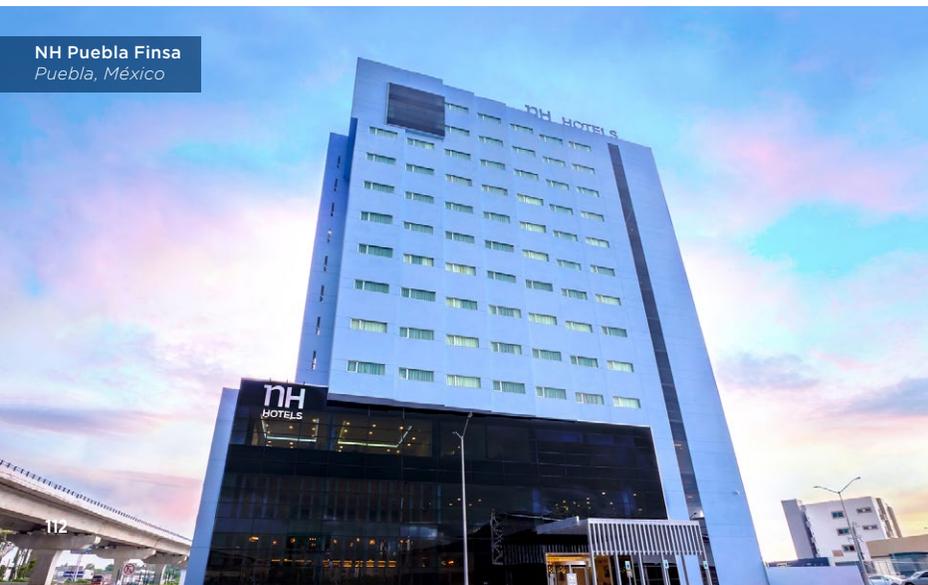
NH Hotel Group mide la satisfacción del cliente en términos de sostenibilidad.

LOS 10 HOTELES DE NH HOTEL GROUP MEJOR VALORADOS EN TÉRMINOS DE SOSTENIBILIDAD POR EL CLIENTE

Unidad de Negocio	HOTEL	Valoración (0-10)
BU América	NH Puebla Finsa	9,88
	NH Centro Histórico	9,58
	NH Collection Royal Medellín	9,29
	NH Collection Centro Histórico	9,29
	NH San Luis Potosí	9,27
	NH Collection Casacostanera	9,23
BUSE	NH Collection Guadalajara Providencia	9,23
	NH Collection Grand Hotel Convento di Amalfi	9,5
	NH Collection Palacio de Tapa	9,33
	NH Trento	9,28

Destacar que tras la incorporación de los hoteles Tivoli al sistema de perfección de la calidad “Quality Focus”, en su primera valoración han obtenido una calificación de 10 puntos los siguientes hoteles: **Tivoli Coimbra, Tivoli Évora Ecoresort, Tivoli Lagos y Tivoli Marina Portimão.**

NH Puebla Finsa
Puebla, México



NH Collection Grand Hotel Convento di Amalfi
Amalfi, Italia



OTROS PROYECTOS DESTACADOS

COMEDORES DE PERSONAL SOSTENIBLES:

Varios hoteles de la compañía, enfocados en generar espacios más sostenibles dentro de sus establecimientos, decidieron implementar comedores sostenibles para el personal. Este proyecto consistió en la renovación de las cantinas de los empleados para crear un espacio completamente sostenible, incluyendo criterios de elección de material sostenible. Este espacio se ha utilizado para crear conciencia sobre el cambio climático y la sostenibilidad entre los empleados del hotel.

PESCA SOSTENIBLE

Pese a que NH Hotel Group no desarrolle su actividad dentro de ningún área natural protegida, la Compañía cuenta con distintas medidas e iniciativas para preservar y restaurar la biodiversidad de los entornos en los que opera.

En los hoteles de la Compañía se fomenta la pesca sostenible a través del cumplimiento legal de consumo de las especies y una compra responsable de estos productos.

HUERTOS URBANOS

Algunos hoteles de NH Hotel Group cuentan con espacio para poder instalar huertos urbanos. Cultivando en estos espacios, se consigue aumentar el valor paisajístico y gastronómico de los platos. Por otra parte, disminuyen el impacto ambiental negativo al reducir la necesidad de transporte de estos productos cultivados y generan entre los empleados del hotel un sentido de comunidad.

Durante el 2020, el hotel **NH Alonso Martínez (España)** ha trabajado en el proyecto GreenNH Roof. Consiste en la integración de un huerto urbano en el hotel ubicado en el centro de Madrid, generando un espacio verde y sostenible. El huerto se encuentra en la azotea que cuenta con un espacio perfecto para la instalación de semilleros, bandejas de cultivo o incluso un invernadero. El GreenNH Roof es además un espacio abierto para cualquier empleado de la Compañía que trabaje en Madrid.

El **NH Collection Royal Medellín (Colombia)** cuida de una huerta ecológica donde se cultivan, a hierbas aromáticas como perejil, tomillo, menta, romero, hierbabuena, albahaca, orégano, etc. Estas hierbas, libres de pesticidas y con alto valor nutricional, son usadas en las preparaciones en la cocina. Este hotel también cuida la zona verde alrededor de su hotel favoreciendo el hábitat de numerosas especies de animales, manteniendo la zona de paso entre áreas naturales y favoreciendo la amortiguación de emisiones sonoras y contaminantes. Esta zona verde está disponible para que los huéspedes puedan disfrutar de ella.

El **NH Collection Royal Hacienda, en Bogotá (Colombia)**, también tiene en sus jardines exteriores una pequeña huerta donde se siembran plantas aromáticas, que también se utilizan en las preparaciones de la cocina del hotel.

En Italia, el **NH Collection Piazza Carlina**, y el **NH Milano Congress Center** también cuentan con huertos con plantas aromáticas; y el **NH Orio Al Serio** dispone, además de otro pequeño en el que se cultivan lechugas y tomates.

Por su parte, el **NH Collection Grand Hotel Convento di Amalfi (Italia)**, en la costa amalfitana, cuenta con un huerto en el que se cultivan hierbas aromáticas, verduras y cítricos, para ser utilizados en la cocina y en los cosméticos del spa del hotel (aloe vera y lavanda). Los clientes pueden experimentar este jardín a través de una ruta, como la ruta de meditación, que consiste en visitar las cinco terrazas actuales: huerto, terraza de rosas, paseo de los monjes, terraza botánica y terraza de la relajación.

HOTELES PARA ABEJAS

Conscientes del espacio limitado que hay en las ciudades para la biodiversidad, la importancia que tienen en los ecosistemas y conocedores de la situación crítica de las abejas en Europa, se han incrementado los hoteles del Grupo que alojan a abejas en sus tejados de manera segura para los clientes. Estos hoteles son: **NH Wien City (Austria)**, **NH Collection Wien Zentrum (Austria)**, **NH Danube City (Austria)**, **NH Vienna Airport (Austria)**, **NH Berlin Alexanderplatz (Alemania)**, **NH Potsdam (Alemania)**, **NH Köln Altstadt (Alemania)**, **NH München Ost Conference Center (Alemania)**.

HUEVOS DE GALLINAS LIBRES DE JAULAS

NH Hotel Group fomenta el bienestar animal, dando prioridad al uso de huevos de gallinas criadas libres de jaulas. Esta iniciativa se implantó en los hoteles del Norte de Europa, que actualmente utilizan en sus preparaciones huevos de estas categorías. Adicionalmente, como parte de MINT, la Compañía se suma a su compromiso de Minor Hotels de obtener la totalidad de los huevos consumidos en sus establecimientos, de gallinas no enjauladas antes de que finalice 2027.



NH Collection Piazza Carlina
Turin, Italia

RECONOCIMIENTOS A NH HOTEL GROUP EN 2020



PREMIOS CORPORATIVOS

NH Hotel Group trabaja para consolidarse como un referente mundial en excelencia, innovación y sostenibilidad en el sector turístico. Los premios y reconocimientos obtenidos en 2020 son un reflejo del compromiso por seguir avanzando en ese camino.

Business Traveller

BUSINESS TRAVELER AWARDS (GERMANY)

- Mejor Cadena Hotelera del mundo para viajeros de negocios (2ª posición)
- Mejor Cadena Hotelera para viajeros en Alemania (2ª posición)



BRAND FINANCE (ESPAÑA)

- Marca hotelera más fuerte de España



UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

CAMPUS OF INTERNATIONAL EXCELLENCE

UNIVERSIDAD DE SALAMANCA (ESPAÑA)

- Reconocimiento a la labor de apoyo de NH Hotel Group a la sociedad



Anantara Vilamoura Resort
Vilamoura, Portugal

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS A HOTELES

LUXURY
TRAVEL ADVISOR

LUXURY TRAVEL ADVISOR CONTEST (WORLDWIDE)

- nhov Amsterdam Rai (1º Premio)
- Tivoli Avenida Liberdade (finalista)
- Tivoli Carvoeiro Algarve Resort (finalista)

**boa cama
boa mesa**
Expresso

GUÍA BOA CAMA BOA MESA

- **Premio llave de Plata** a Anantara Vilamoura Algarve Resort: mejor alojamiento

HOSTELCO
THE HOTEL & RESTAURANT TRADE SHOW

HOSTELCO (WORLDWIDE)

- NH Collection Grand Hotel Convento Di Amalfi, por mejor reposicionamiento hotelero (finalista)

THE INTERNATIONAL
**HOTEL &
PROPERTY
AWARDS**

HOTEL PROPERTY AWARDS (WORLDWIDE)

- nhov Amsterdam Rai (finalista)



ITALIAN MISSION AWARDS (ITALIA)

- **1º premio** al hotel NH Milano Touring como mejor hotel de negocios del Norte de Italia
- **1º premio** al hotel NH Roma Villa Carpegna con los mejores espacios para reuniones y eventos en el Centro y Sur de Italia



LLM READERS' TRAVEL AWARDS

- Anantara Villa Padierna Palace Resort (1º premio)
- nhow London (2º premio)
- NH Collection Grand Hotel Convento Di Amalfi (TOP 15)
- nhow Amsterdam Rai (TOP 45)
- NH Collection Grand Hotel Krasnapolsky (TOP 45)
- NH Collection Doelen (TOP 45)
- NH Collection Guadalajara Providencia (TOP 10)
- NH Collection Casacostanera (TOP 10)
- Anantara Vilamoura Algarve Resort (TOP 5)
- NH Collection Dei Doggi (TOP 20)
- Anantara Palazzo Naiadi (TOP 20)
- NH Collection Carlo IV (TOP 20)
- Anantara Budapest (TOP 20)

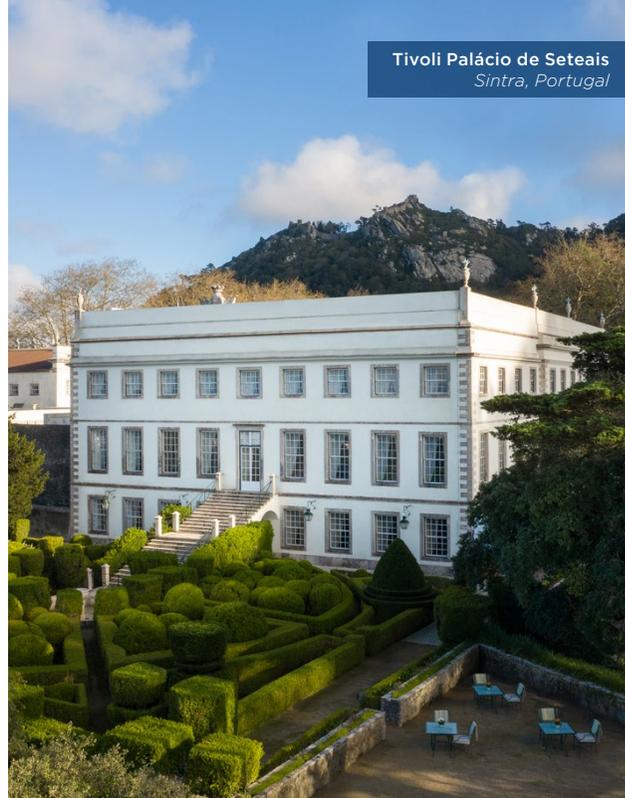


CONDE NAST TRAVELLER SPAIN GOLD LIST (ESPAÑA)

- Anantara Villa Padierna (Marbella): Mejor nuevo hotel en España



NH Milano Touring
Milán, Italia



Tivoli Palácio de Seteais
Sintra, Portugal



CONDE NAST TRAVELER READERS' CHOICE (EEUU Y REINO UNIDO)

- NH Collection Palacio De Tropa como mejor hotel en Madrid (6ª posición)
- NH Collection Grand Hotel Krasnapolsky (TOP 10 de Europa)
- NH Amsterdam Barbizon Palace (TOP 20 de Europa)
- NH Collection Roma Centro (TOP 10 de Europa)
- Anantara Palazzo Naiadi Rome (TOP 10 Sur de Europa)
- NH Collection Venezia Grand Hotel Palazzo Dei Dogi (TOP 5 de Europa)
- NH Collection Venezia Palazzo Barocci (TOP 10 de Europa)
- NH Collection Prague Carlo IV (TOP 10 de Europa)
- NH Collection Madrid Palacio De Tropa (TOP 15 de Europa)
- Tivoli Palacio De Seteais Sintra (TOP 5 de Europa)
- Avani Avenida Liberdade Lisbon (TOP 10 de Europa)
- Tivoli Oriente Lisboa (TOP 10 de Europa)
- Tivoli Sintra (TOP 20 de Europa)
- Tivoli Lagos Algarve (TOP 20 de Europa)
- Anantara Vilamoura Algarve Resort (TOP 25 de Europa)
- Tivoli Marina Vilamoura Algarve (TOP 25 de Europa)

HISTORIC HOTELS of AMERICA

National Trust for Historic Preservation

HISTORIC HOTELS WORLDWIDE (USA)

- NH Collection Piazza Carlina: TOP 25 hoteles para una propuesta romántica

RECONOCIMIENTOS EN SOSTENIBILIDAD

Sustainability Award
Bronze Class 2021

S&P Global

Sustainability Award
Industry Mover 2021

S&P Global

S&P SUSTAINABILITY AWARDS - SAM 2020: BRONZE CLASS & INDUSTRY MOVER EN SUSTAINABILITY YEARBOOK 2021

Uno de los hitos más significativos del año ha sido el reconocimiento de la agencia de inversión sostenible SAM, a NH Hotel Group, como una de las compañías más sostenibles de su sector, así como el reconocimiento "Industry mover", al registrar el mejor progreso conseguido en un año. Ambos reconocimientos refuerzan el compromiso por la sostenibilidad y por impulsar un turismo responsable.



BLOOMBERG GENDER EQUALITY 2021

En enero de 2021 NH Hotel Group ha sido incluida en el índice Bloomberg de igualdad de género 2021, siendo la única hotelera española de entre las 380 empresas incluidas en el índice.



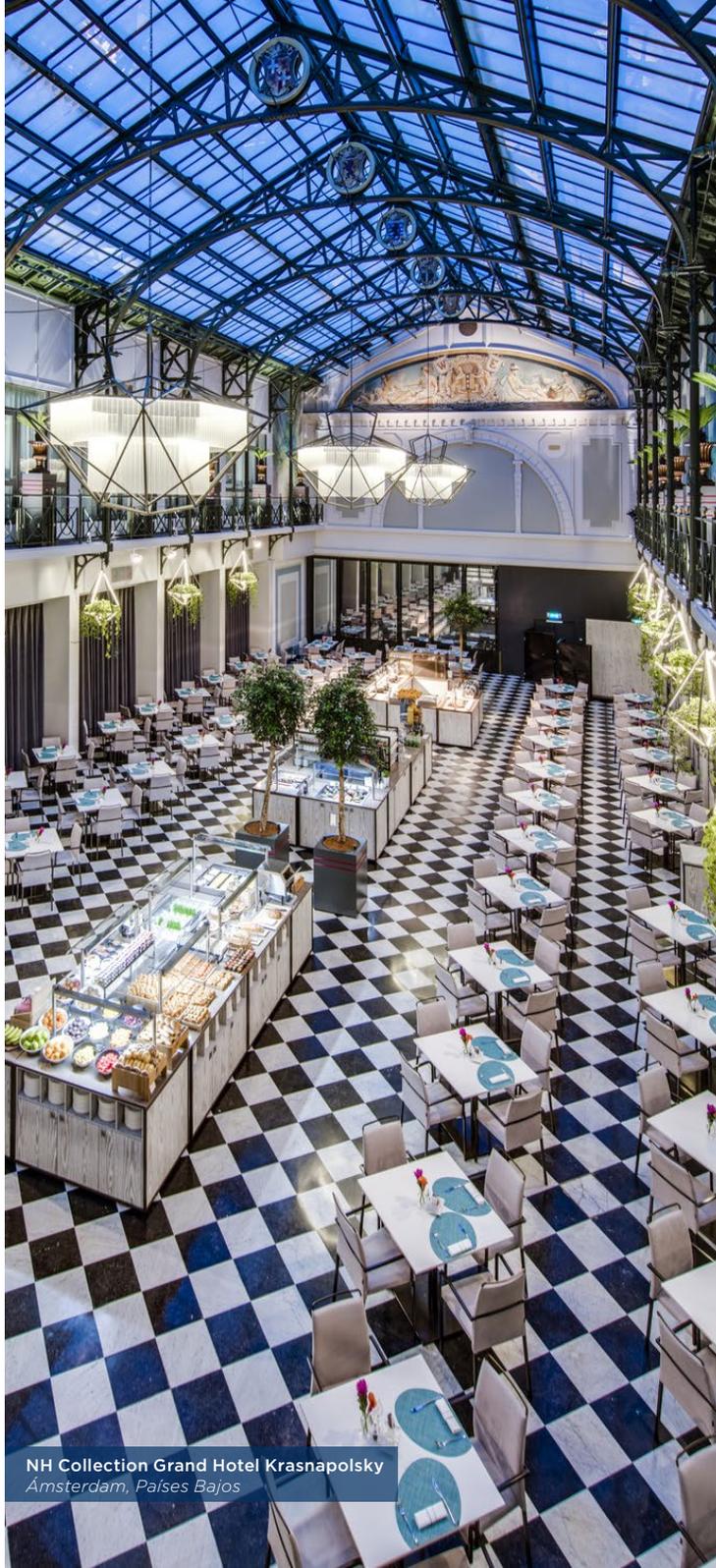
RANKING MERCO DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2020

La Compañía ha conseguido la posición 27ª.



GAIA GREEN AWARDS (PAÍSES BAJOS)

- nhw Amsterdam Rai: nominado como proyecto de restauración más sostenible en Países Bajos y Bélgica.



NH Collection Grand Hotel Krasnapolsky
Ámsterdam, Países Bajos

PREMIOS EN INNOVACIÓN Y EXPERIENCIA



PREMIOS GENIO (ESPAÑA)

- FASTPASS: Mejor Innovación



PREMIOS HOSTELCO (WORLDWIDE)

- FASTPASS



PREMIOS ASTER (ESPAÑA)

- FASTPASS



PROVINCIE AWARD 2020

- NH Collection Amsterdam Grand Hotel Krasnapolsky (1º premio)
- NH Amsterdam Schiphol Airport (2º premio)
- NH Eindhoven Conference Centre Koningshof (3º premio)
- NH Maastricht (3º premio)

PREMIOS EN MARKETING



TRAVEL MARKETING AWARDS (WORLDWIDE)

- nhow London - Chameleon Stunt: mejor evento (2º premio)

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS GASTRONÓMICOS

Wine Spectator

WINE SPECTATOR (WORLDWIDE)

- EMO Restaurant - Anantara Vilamoura Algarve

WINE SPECTATOR (PAÍSES BAJOS)

- The White Room (NH Collection Grand Hotel Krasnapolsky): premio a la excelencia



nhow London
Londres, Reino Unido

PRINCIPIOS QUE RIGEN LA ELABORACIÓN DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO



PRINCIPIOS QUE RIGEN LA ELABORACIÓN DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO

MARCOS DE REPORTE

Para la elaboración del EINF, se han tenido en cuenta los siguientes principios y estándares globales y nacionales:

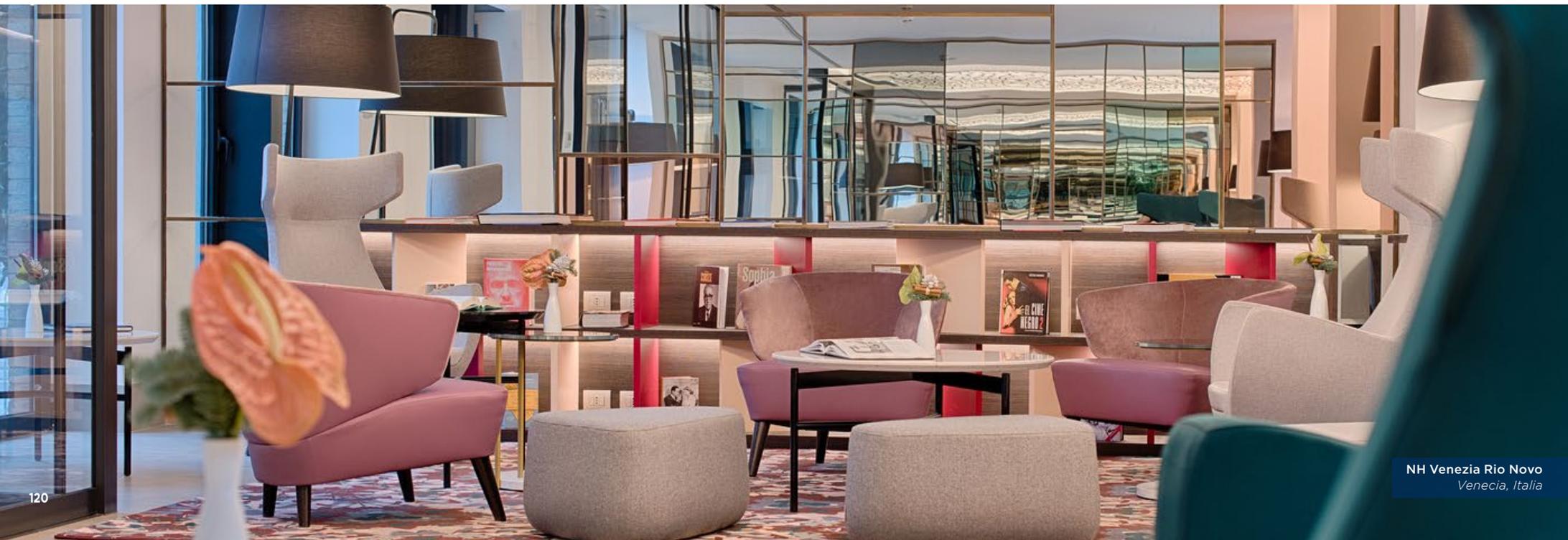
- Ley 11/2018 en materia de Información No Financiera y Diversidad, publicada en el BOE núm. 314, de 29 de diciembre de 2018
- Conjunto Consolidado de Estándares GRI para la elaboración de Informes de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI), en la opción esencial (core); siguiendo la edición 2016 de la guía para algunos indicadores de la Guía y la edición 2018 para otros que se han actualizado.
- Compromiso con los Diez Principios de Pacto Mundial de Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas.

EQUILIBRIO Y COMPARABILIDAD

El Informe tiene como objetivo publicar un reporte equilibrado, preciso y coherente de su desempeño, vinculado a los temas relevantes para su estrategia y para sus grupos de interés. En ese sentido, es clave la comparabilidad de los datos e información respecto a años anteriores, como herramienta de trazabilidad y evolución de los mismos. Esta Memoria, al igual que en anteriores ediciones, se ha elaborado con la implicación y participación de los responsables de las áreas de negocio y del diálogo con cada grupo de interés, lo que permite alinear lo reportado con los aspectos relevantes para los grupos de interés y responder a sus expectativas. Así, se ha realizado un proceso interno de recogida y contraste de información, con indicadores y datos de medición cuantitativa y cualitativa de la gestión sostenible de NH Hotel Group.

VERIFICACIÓN DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO

El Estado de Información No Financiera Consolidado ha sido verificado externamente por PriceWaterhouseCoopers. El Informe de revisión independiente se puede consultar en el ANEXO IV del presente documento.



ANEXO I: TABLA DE INDICADORES

Como resultado de las Políticas de NH Hotel Group, se dispone de los siguientes indicadores para dar seguimiento a las mismas.

Indicador	2020	2019
PERFIL		
Cartera de hoteles	361	368
Número de habitaciones	55.371	57.466
Número de clientes	33 millones	31 millones
Subvenciones	58,8 M€	3.031.741 €
Beneficio neto - M€	(437)	90
Total de ingresos - M€	536	1.708



Indicador	2020	2019
CLIENTES		
Valoraciones de los clientes - Encuesta NH	8,7	8,6
Valoraciones de los clientes - Encuestas online	8,4	8,5
Comunicaciones gestionadas desde el área de Customer Care	10.174	13.440
Nº de hoteles con elementos adaptados a necesidades especiales	349	344
PROVEEDORES		
Número de proveedores gestionados	11.225	15.117
Número de proveedores activos con Códigos Éticos firmados	1.816	1.872
Número nuevos proveedores con Códigos Éticos firmados	71	374
% compras a proveedores locales	94%	95%
Volumen de compra anual (gasto + inversión)	264,7 M€	650,5 M€
ALIANZAS		
Aportación a asociaciones	116.528 €	745.653 €
Aportación a asociaciones sectoriales	82.782 €	582.384 €
Aportación a asociaciones sin ánimo de lucro	6.819 €	20.654 €



Indicador	2020	2019
EMPLEADOS		
Plantilla media (nº de empleados)	11.112	11.464
Contratos indefinidos	87%	79%
Rotación media	21%	23%
Empleados en país diferente al de origen	22%	18%
Mujeres en plantilla	51%	51%
Mujeres directivas	44%	43%
Empleados menores de 25 años	9%	11%
Empleados de entre 25 y 40 años	44%	45%
Empleados mayores de 40 años	47%	44%
Nº de Nacionalidades	132	139
Empleados con discapacidad	89	114
FORMACIÓN		
Horas de formación impartidas a través de NH University	68.902	134.651
Inversión total en formación	0,23 M€	1,3 M€
Subvención en formación	68.453 €	155.208 €
COMUNIDAD		
Total de proyectos sociales	73	331
Nº de voluntarios NH	524	1.164
Inversión en acción social (miles €)	49	133
Aportación Tarifa ONG (miles €)	14	244
Aportación de Bono Amigo + Tarifa Empleado (miles €)	87,8	162
Programa Hoteles con Corazón: acuerdos con ONG	31	71
Programa Hoteles con Corazón: noches de estancia donadas	317	1.059
Programa Hoteles con Corazón: hoteles involucrados	30	49



Indicador	2020	2019
Inversión en eficiencia energética	3 M€	6,3 M€
% de electricidad verde consumida por NH Hotel Group en Europa	69%	62%
Consumo de energía (kWh)	378.653.410	581.452.180
Ratio de energía (kWh/RN)	89,66	48,38
Extracción de agua (m³)	1.922.016	3.989.542
Ratio de agua (m³/RN)	0,455	0,332
Huella de carbono - Emisiones de CO ₂ (t _{eq} CO ₂)	63.684	101.241
Huella de carbono - Ratio de emisiones de CO ₂ (kg CO ₂ /RN)	15,08	8,42
Nº total de hoteles certificados	157	149

ANEXO II: TABLA DE CONTENIDOS LEY 11/2018 DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA Y DIVERSIDAD

A continuación, se incluyen los indicadores clave de resultados no financieros requeridos por la Ley 11/2018 de 28 de diciembre en materia de información no financiera y diversidad, su relación con los indicadores del estándar Global Reporting Initiative (GRI) y las páginas del presente informe donde se puede encontrar la información pertinente:

Ámbitos Ley 11/2018 28 de diciembre	Contenidos	Relación estándares GRI	Descripción GRI	Título de la Sección
Modelo de negocio	Breve descripción del modelo de negocio del grupo, que incluirá: 1. Su entorno empresarial 2. Su organización y estructura 3. Los mercados en los que opera 4. Sus objetivos y estrategias 5. Los principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución.	102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	Modelo de negocio de NH Hotel Group (Apartados: "Estrategia de NH Hotel Group" y "Principales iniciativas estratégicas")
		102-6	Mercados servidos	Nuestra presencia en el mundo 2020.
Políticas	Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá: 1. Los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos 2. Los procedimientos de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado.	103	Enfoque de Gestión	Gestión de riesgos (Apartado "Gobierno de la Gestión de riesgos" y "Modelo de Gestión de riesgos")
Resultados de las políticas	Los resultados de esas políticas, debiendo incluir indicadores clave de resultados no financieros pertinentes que permitan:	103	Enfoque de Gestión	Anexo I: Tabla de indicadores
Indicadores Clave	1. El seguimiento y evaluación de los progresos y 2. Que favorezcan la comparabilidad entre sociedades y sectores, de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia utilizados para cada materia.	103	Enfoque de Gestión	Anexo I: Tabla de indicadores
Riesgos	Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y Cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades	Gestión de riesgos (Apartado "Categorías de riesgos y proceso de identificación, supervisión y monitorización")
		413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	Gestión de riesgos (Apartado "Factores de riesgo y medidas de control y gestión")

Ámbitos Ley 11/2018 28 de diciembre	Contenidos	Relación estándares GRI	Descripción GRI	Título de la Sección
	Medio Ambiente			
	1. Información detallada sobre los efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad, los procedimientos de evaluación o certificación ambiental;	103	Enfoque de Gestión	NH ROOM4 Planet (Apartado "Principales indicadores ambientales")
	2. Los recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales;	102-11	Principio o enfoque de precaución	NH ROOM4 Planet (Apartado "Prevención de riesgos ambientales y principio de precaución")
	3. La aplicación del principio de precaución, la cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales.			
	Contaminación			
	1. Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente;	103 305-5	Enfoque de Gestión de Emisiones Reducción de las emisiones de GEI	NH ROOM4 Planet (Apartado "Compromiso en la lucha contra el cambio climático y avance hacia la descarbonización")
	2. Teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica.	Aspecto no material		
	Economía circular y prevención y gestión de residuos			
Cuestiones Medioambientales	Residuos: Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos;	103	Enfoque de Gestión de Efluentes y residuos	NH ROOM4 Planet (Apartado "Gestión de residuos")
	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos.	103	Enfoque de Gestión de Efluentes y residuos	NH ROOM4 Planet (Apartado "Lucha contra el desperdicio de alimentos")
	Uso sostenible de los recursos			
	El consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales;	103 303-3	Extracción de agua por fuente	NH ROOM4 Planet (Apartado "Usos sostenibles de los recursos")
	Consumo de materias primas ⁵ y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso;	103	Enfoque de Gestión de Materiales	NH ROOM4 Planet (Introducción y apartado "Compromiso de reducción de plásticos de un solo uso")
		103	Enfoque de Gestión de Energía	NH ROOM4 Planet (Apartados "Principales indicadores ambientales" y "Plan de eficiencia energética")
	Consumo, directo e indirecto, de energía, medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética y el uso de energías renovables.	302-1	Consumo energético dentro de la organización	NH ROOM4 Planet (Apartado "Usos sostenibles de los recursos y "Plan de eficiencia energética")
		302-4	Reducción del consumo energético	NH ROOM4 Planet (Apartados "Usos sostenibles de los recursos" y "Plan de eficiencia energética")

⁵ El consumo de materias primas no es material

Ámbitos Ley 11/2018 28 de diciembre	Contenidos	Relación estándares GRI	Descripción GRI	Título de la Sección
Cuestiones Medioambientales	Cambio Climático			
	Los elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce;	103	Enfoque de Gestión de Emisiones	NH ROOM4 Planet (Apartado "Huella de carbono")
	Las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático;	103	Enfoque de Gestión de Emisiones	NH ROOM4 Planet (Apartados "Compromiso en la lucha contra el cambio climático y avance hacia la descarbonización")
	Las metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin.	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	NH ROOM4 Planet (Apartado "Huella de carbono")
		305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	NH ROOM4 Planet (Apartado "Huella de carbono")
		103	Enfoque de Gestión de Emisiones	NH ROOM4 Planet (Apartado "Compromiso en la lucha contra el cambio climático y avance hacia la descarbonización")
	Protección de la biodiversidad			
Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad;	Aspecto no material			
Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.				
Cuestiones sociales y relativas al personal	Empleo			
	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional,	103	Enfoque de Gestión de empleados	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Estrategia de People")
		102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Nuestro capital humano")
		405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Creación de empleo de calidad y retención del talento")
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo,	102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Creación de empleo de calidad y retención del talento")
		102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Creación de empleo de calidad y retención del talento")
	Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional,	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	Gobierno Corporativo (Apartado "Remuneración del Consejo y la Alta Dirección") NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Un equipo con las mismas oportunidades")
	Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional;	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Rotación y absentismo")
	Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor;	405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Un equipo con las mismas oportunidades")
	Brecha salarial, la remuneración puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad,	103	Enfoque de Gestión	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Un equipo con las mismas oportunidades")
		405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Un equipo con las mismas oportunidades")
	La remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo,	102-35	Gobernanza: Políticas de remuneración	Gobierno Corporativo (Apartado "Remuneración del Consejo y la Alta Dirección")
		405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Un equipo con las mismas oportunidades")
	Implantación de políticas de desconexión laboral	103	Enfoque de Gestión de Empleo	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Flexibilidad y conciliación: 'New Way of Working'")
	Empleados con discapacidad.	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Cultura de diversidad, igualdad e inclusión")

Ámbitos Ley 11/2018 28 de diciembre	Contenidos	Relación estándares GRI	Descripción GRI	Título de la Sección
Cuestiones sociales y relativas al personal	Organización del trabajo			
	Organización del tiempo de trabajo	103	Enfoque de Gestión de Empleo	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Flexibilidad y conciliación: 'New Way of Working'")
	Número de horas de absentismo	403-9	Lesiones por accidente laboral	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Rotación y absentismo")
	Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores.	103	Enfoque de Gestión de Empleo	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Flexibilidad y conciliación: 'New Way of Working'")
	Salud y seguridad			
	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo;	103	Enfoque de Gestión de Salud y Seguridad en el trabajo	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Salud y bienestar en el trabajo")
	Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad	403-9	Lesiones por accidente laboral	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Salud y bienestar en el trabajo")
	Enfermedades profesionales; desagregado por sexo.	403-10	Dolencias y enfermedades laborales	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Salud y bienestar en el trabajo")
	Relaciones sociales			
	Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos;	103	Enfoque de Gestión de Relaciones trabajador-empresa	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Diálogo social con empleados")
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país;	102-41	Acuerdos de negociación colectiva	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Diálogo social con empleados")
	El balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.	103	Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Diálogo social con empleados")
	Formación			
	Las políticas implementadas en el campo de la formación;	103	Enfoque de Gestión de Formación y enseñanza	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Formación NH University")
		404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Formación NH University")
	La cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Gestión del desempeño")
		404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Gestión del desempeño")
	Accesibilidad universal de las personas con discapacidad			
		103	Enfoque de gestión	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Hoteles cada día más accesibles")
	Igualdad			
	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres;	103	Enfoque de Gestión de Diversidad e igualdad de oportunidades + No discriminación	NH ROOM4 People: Empleados (Apartados "Cultura de diversidad, igualdad e inclusión", "Plan de igualdad" y "Un equipo con las mismas oportunidades")
	Planes de igualdad (Capítulo III de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres), medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo, la integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad;			NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Plan de igualdad")
	La política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.			NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Cultura de diversidad, igualdad e inclusión")

Ámbitos Ley 11/2018 28 de diciembre	Contenidos	Relación estándares GRI	Descripción GRI	Título de la Sección
Cuestiones relativas a Derechos Humanos	Derechos Humanos			
	Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos;	103	Enfoque de Gestión de Evaluación de derechos humanos, Libertad de asociación y negociación colectiva, Trabajo infantil, Trabajo forzoso u obligatorio	Ética y Conducta (Apartados "Protección de los Derechos Humanos", "Cumplimiento en materia de los Derechos Humanos" e "Iniciativas para la Protección de los Derechos Humanos")
	Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos;	406-1 102-17	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	Ética y Conducta (Apartados "Protección de los Derechos Humanos", "Cumplimiento en materia de los Derechos Humanos", "Iniciativas para la Protección de los Derechos Humanos" y "Novedades para la Protección de los Derechos Humanos")
	Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos; Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva; La eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación;	103	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	Ética y Conducta (Apartado "Cumplimiento en materia de los Derechos Humanos")
	La eliminación del trabajo forzoso u obligatorio;	103	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	Ética y Conducta (Apartado "Protección de los Derechos Humanos")
La abolición efectiva del trabajo infantil.	103	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	Ética y Conducta (Apartado "Protección de los Derechos Humanos")	
Cuestiones relativas a Corrupción y soborno	Corrupción y soborno			
	Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno;	103	Enfoque de Gestión de Anticorrupción	Sistema de Cumplimiento (Introducción y Apartado "Nuevas políticas aprobadas en 2020")
	Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.	205-2 205-3	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Ética y Conducta (Apartado "Difusión y formación en ética y conducta")
	Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	205-2 205-3	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Ética y Conducta (Apartado "Difusión y formación en ética y conducta")
Cuestiones relacionadas con la Sociedad	Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible			
	El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local;	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	NH ROOM4 People: Comunidad (Apartado "Promoción del empleo joven: programas de empleabilidad")
	El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio;	103	Enfoque de Gestión de Comunidades locales	NH ROOM4 People: Comunidad
	Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos;	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	NH ROOM4 People: Comunidad (Apartado "Promoción del empleo joven: programas de empleabilidad")
	Las acciones de asociación o patrocinio.	102-42	Identificación y selección de grupos de interés	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Alianzas sostenibles (Apartado "Diálogo con grupos de interés")
		102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Alianzas sostenibles (Apartado "Diálogo con grupos de interés")
		413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Alianzas sostenibles (Apartado "Diálogo con grupos de interés")
	102-12 102-13	Iniciativas externas Afiliación a asociaciones	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Alianzas Sostenibles (Apartado "Relación con asociaciones")	

Ámbitos Ley 11/2018 28 de diciembre	Contenidos	Relación estándares GRI	Descripción GRI	Título de la Sección
Cuestiones relacionadas con la Sociedad	Subcontratación y proveedores			
	La inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales;	102-9	Cadena de suministro	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Cadena de valor responsable (Apartados "Política de compras" y "Selección de proveedores")
	Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental;	103	Enfoque de Gestión de Proveedores	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Cadena de valor responsable
		204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	
		308-1	Evaluación ambiental de proveedores	
		414-1	Evaluación social de proveedores	
	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.	103	Enfoque de Gestión de Políticas de Compras	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Cadena de valor responsable (Apartado "Selección de proveedores")
	Consumidores			
	Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores;	103	Enfoque de Gestión de Seguridad y Salud en clientes	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Clientes (Apartado "Salud y seguridad de los clientes")
	Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.	103	Enfoque de Gestión de Seguridad y Salud en clientes	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Clientes (Apartado "Herramientas del Centro Único de Atención al Cliente")
Información fiscal				
Beneficios obtenidos país por país Impuestos sobre beneficios pagados	103	Enfoque de Gestión de Fiscalidad	Modelo de negocio de NH Hotel Group (Apartado "Información fiscal")	
Subvenciones públicas recibidas	201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno	Modelo de negocio de NH Hotel Group (Apartado "Información fiscal"; "Seguimiento y control") Ética y Conducta (Apartado "Relación con Gobiernos y Policy Influence")	
Gobierno corporativo				
Otros indicadores relevantes	Gobierno	102-18	Estructura de gobernanza	Gobierno Corporativo
		102-19	Delegación de autoridad	
		102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	
		102-23	Presidente del máximo organismo de gobierno	
		102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	
		102-25	Conflictos de intereses	

Nota. Adicionalmente a los indicadores incluidos en la tabla, se puede encontrar información adicional en los siguientes indicadores: 102-1, 102-3, 102-4, 102-5, 102-7, 102-10, 102-14, 102-16, 102-40, 102-44, 102-45, 102-46, 102-47, 102-48, 102-49, 102-50, 102-51, 102-52, 102-53, 102-54, 102-55, 102-56, 201-2, 207-1, 207-2, 207-4.

ANEXO III: ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

Este informe se ha elaborado de conformidad con los estándares GRI: opción Esencial.

Estándar GRI	Contenido	Título de la sección o respuesta directa
GRI 101: Fundamentos		
GRI 102: Contenidos Generales		
Perfil de la organización		
	102-1 Nombre de la organización	Modelo de negocio de NH Hotel Group
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	Nuestra presencia en el mundo 2020 Modelo de negocio de NH Hotel Group
	102-3 Ubicación de la sede	Contraportada
	102-4 Ubicación de las operaciones	Nuestra presencia en el mundo 2020 Modelo de negocio de NH Hotel Group
	102-5 Propiedad y forma jurídica	Gobierno corporativo y compromiso ético (Apartado "Estructura accionarial")
	102-6 Mercados servidos	Nuestra presencia en el mundo 2020
GRI 102: Contenidos Generales	102-7 Tamaño de la organización	Nuestra presencia en el mundo 2020 Modelo de negocio de NH Hotel Group
	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Nuestro capital humano")
	102-9 Cadena de suministro	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Cadena de valor responsable
	102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	Hitos 2020; Modelo de negocio de NH Hotel Group; NH ROOM4 Shared Success: Cadena de valor responsable
	102-11 Principio o enfoque de precaución	NH ROOM4 Planet (Apartado "Prevención de riesgos ambientales y principio de precaución") NH ROOM4 Responsible Shared Success: Alianzas Sostenibles (Apartado "Relación con asociaciones")
	102-12 Iniciativas externas	NH ROOM4 Planet (Apartado "Compromiso en la lucha contra el cambio climático y avance hacia la descarbonización")
	102-13 Afiliación a asociaciones	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Alianzas Sostenibles (Apartado "Relación con asociaciones")
Estrategia		
GRI 102: Contenidos Generales	102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	Mensaje del Presidente y del CEO
	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	Gestión de riesgos
Ética y transparencia		
GRI 102: Contenidos Generales	102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	Nuestra visión y cultura; Sistema de Cumplimiento; Ética y Conducta
	102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	Sistema de Cumplimiento

Estándar GRI	Contenido	Título de la sección o respuesta directa
GRI 102: Contenidos Generales		
Gobernanza		
GRI 102: Contenidos Generales	102-18 Estructura de gobernanza	Gobierno Corporativo
	102-19 Delegación de autoridad	Gobierno Corporativo
	102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	Gobierno Corporativo
	102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno	Gobierno Corporativo
	102-24 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	Gobierno Corporativo
	102-25 Conflictos de intereses	Gobierno Corporativo
	102-35 Políticas de remuneración	Gobierno Corporativo
Participación de los grupos de interés		
GRI 102: Contenidos Generales	102-40 Lista de grupos de interés	NH ROOM4 People: Alianzas Sostenibles (Apartado "Diálogo con Grupos de Interés")
	102-41 Acuerdos de negociación colectiva	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Diálogo social con empleados")
	102-42 Identificación y selección de grupos de interés	NH ROOM4 Sustainable Business NH ROOM4 People: Alianzas Sostenibles (Apartado "Diálogo con Grupos de Interés")
	102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	NH ROOM4 Sustainable Business (Introducción y apartado "Análisis de materialidad") NH ROOM4 People: Alianzas Sostenibles (Apartado "Diálogo con Grupos de Interés")
	102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados	NH ROOM4 Sustainable Business (Apartado "Análisis de materialidad")
Prácticas para la elaboración de informes		
GRI 102: Contenidos Generales	102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	Sobre el Estado de Información No Financiera (Apartado "Alcance")
	102-46 Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	Nuestra presencia en el mundo 2020 Sobre el Estado de Información No Financiera (Apartado "Alcance"); NH ROOM4 Sustainable Business (Apartado "Análisis de materialidad")
	102-47 Lista de temas materiales	NH ROOM4 Sustainable Business (Apartado "Análisis de materialidad")
	102-48 Reexpresión de la información	No hay reexpresión de la información respecto al informe anterior
	102-49 Cambios en la elaboración de informes	No hay cambios en la elaboración del informe
	102-50 Periodo objeto del informe	2020
	102-51 Fecha del último informe	La última memoria publicada corresponde al ejercicio anterior, 2019
	102-52 Ciclo de elaboración de informes	Anual
	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe	Contraportada
	102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	Principios que rigen la elaboración del estado de información no financiera
	102-55 Índice de contenidos GRI	Anexo III: Índice de contenidos GRI
	102-56 Verificación externa	Anexo IV: Informe de verificación independiente

Estándar GRI	Contenido	Título de la sección o respuesta directa
TEMAS MATERIALES PARA NH HOTEL GROUP		
Crecimiento financiero sostenible		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	Modelo de negocio NH Hotel Group (Apartado "Principales magnitudes")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
<i>GRI 201: Desempeño económico</i>		
	201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	Gobierno Corporativo NH ROOM4 Planet (Apartado "Compromiso en la lucha contra el cambio climático y avance hacia la descarbonización" y "Riesgos y oportunidades climáticas")
	201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	Ética y Conducta (Apartado "Relación con Gobiernos y Policy Influence")
Entorno regulatorio		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	Gestión de la crisis sanitaria provocada por la COVID-19; Principales iniciativas estratégicas en 2020
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
Plan de recuperación		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	Gestión de la crisis sanitaria provocada por la COVID-19; Principales iniciativas estratégicas en 2020
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
Compromiso ético y transparencia		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	Sistema de Cumplimiento Ética y Conducta
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
<i>GRI 207: Fiscalidad</i>		
	207-1 Enfoque fiscal	Información fiscal
	207-2 Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos	NH Hotel Group cumple con los requerimientos establecidos en la normativa fiscal y presenta su informe País por País al organismo competente. Por razones de confidencialidad, la Compañía no hace pública esta información
	207-4 Presentación de informes país por país	
Buenas prácticas en gobierno corporativo		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	Gobierno corporativo
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
<i>GRI 205: Anticorrupción</i>		
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Sistema de Cumplimiento Ética y Conducta
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	Durante 2020 no se ha producido ningún caso de corrupción.

Estándar GRI	Contenido	Título de la sección o respuesta directa
TEMAS MATERIALES PARA NH HOTEL GROUP		
Protección de los derechos humanos y laborales		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	Ética y Conducta (Apartados "Protección de los Derechos Humanos", "Cumplimiento en materia de los Derechos Humanos" y "Due diligence en Derechos Humanos")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
<i>GRI 406: No discriminación</i>		
	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	Ética y Conducta (Apartado "Cumplimiento en materia de los Derechos Humanos")
Gestión de riesgos financieros, no financieros y emergentes		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	Gestión de riesgos (Apartado "Gobierno de la Gestión de Riesgos")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	Gestión de riesgos (Apartados "Gobierno de la Gestión de Riesgos", "Modelo de gestión de riesgos" y "Categorías de riesgos y proceso de identificación, supervisión y monitorización")
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Gestión de riesgos
Innovación y tecnología		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	Principales iniciativas estratégicas en 2020 (Apartado "4. Plan de Transformación")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
Canales de comunicación y diálogo con los grupos de interés		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	NH ROOM4 People: Alianzas Sostenibles (Apartado "Diálogo con Grupos de Interés")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
Talento, formación y desarrollo profesional		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	NH ROOM4 People: Empleados (Introducción y apartados "Estrategia de People", "Gestión del Desempeño", "Gestión del Talento" y Formación: NH University)
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
<i>GRI 401: Empleo</i>		
	401-1: Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Rotación y absentismo")
<i>GRI 404: Formación y enseñanza</i>		
	404-1: Media de horas de formación al año por empleado	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Formación NH University")
	404-2: Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Formación NH University")
	404-3: Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Gestión del Desempeño")

Estándar GRI	Contenido	Título de la sección o respuesta directa
TEMAS MATERIALES PARA NH HOTEL GROUP		
Cultura de igualdad, diversidad e inclusión		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 People: Empleados (Apartados "Cultura de diversidad, igualdad e inclusión", "Plan de Igualdad" y "Un equipo con las mismas oportunidades")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
<i>GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades</i>		
	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	Gobierno Corporativo (Apartado "Política de Selección de Candidatos a Consejero"); NH ROOM4 People: Empleados (Apartados "Creación de empleo de calidad y retención del talento" y "Cultura de diversidad, igualdad e inclusión")
	405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	Gobierno Corporativo (Apartado "Remuneración del Consejo y la Alta Dirección") NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Un equipo con las mismas oportunidades")
Compromiso y participación de los empleados		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 People (Apartados "Compromiso y participación de los empleados" y "Comunicación interna")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
Seguridad, salud y bienestar		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 People (Apartado "Salud y Bienestar en el trabajo")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
<i>GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo</i>		
	403-9 Lesiones por accidente laboral	NH ROOM4 People (Apartados "Salud y Bienestar en el trabajo" y "Rotación y absentismo")
	403-10 Dolencias y enfermedades laborales	NH ROOM4 People (Apartado "Salud y Bienestar en el trabajo")
Voluntariado corporativo		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 People: Comunidad (Introducción y apartados "NH Response", "Together with Love: Voluntariado Corporativo", "Hoteles con Corazón - HwH", "Promoción del empleo joven: programas de empleabilidad" y "Alianzas con Fundaciones y ONGs")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
Impacto positivo en la comunidad y cultura local		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 People: Comunidad (Introducción y apartados "NH Response", "Together with Love: Voluntariado Corporativo", "Hoteles con Corazón - HwH", "Promoción del empleo joven: programas de empleabilidad" y "Alianzas con Fundaciones y ONGs")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
<i>GRI 413: Comunidades locales</i>		
	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Alianzas Sostenibles (Apartados "Diálogo con grupos de interés," Relación con Asociaciones") NH ROOM4 People: Comunidad (Introducción y apartados "NH Response", "Together with Love: Voluntariado Corporativo", "Hoteles con Corazón - HwH", "Promoción del empleo joven: programas de empleabilidad" y "Alianzas con Fundaciones y ONGs")

Estándar GRI	Contenido	Título de la sección o respuesta directa
TEMAS MATERIALES PARA NH HOTEL GROUP		
Promoción del empleo joven		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 People: Comunidad (Apartado "Promoción del empleo joven: programas de empleabilidad")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
Alianzas sostenibles		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Alianzas Sostenibles
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
Cadena de valor responsable y local		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Cadena de Valor Responsable (Apartado "Gestión de proveedores")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
<i>GRI 204: Prácticas de adquisición</i>		
	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Cadena de Valor Responsable
<i>GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores</i>		
	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Cadena de Valor Responsable (Apartados "Política de Compras", "Selección de proveedores" y "Ciclo de vida de la homologación de proveedores en NH Hotel Group", "Gestión de proveedores" y "Gestión de riesgos en la cadena de suministro: Proveedores Críticos")
<i>GRI 414: Evaluación social de los proveedores</i>		
	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Cadena de Valor Responsable (Apartados "Política de Compras", "Selección de proveedores" y "Ciclo de vida de la homologación de proveedores en NH Hotel Group", "Gestión de proveedores" y "Gestión de riesgos en la cadena de suministro: Proveedores Críticos")
Experiencias únicas para el cliente		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Clientes (Apartados "Experiencia NH", "Sistema de Gestión de la Calidad", "Evolución de las herramientas de medición de Calidad en 2020")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
Calidad del servicio y satisfacción		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Clientes (Apartados "Sistema de Gestión de la Calidad", "Herramientas del Centro Único de Atención al Cliente", "Impactos en la visibilidad y percepción de Calidad" y "Comunicación con el Cliente")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
Fomento de la sostenibilidad entre los clientes		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Clientes (Apartado "Cliente responsable") NH ROOM4 Planet (Apartado "El desarrollo de productos más sostenibles")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	

Estándar GRI	Contenido	Título de la sección o respuesta directa
TEMAS MATERIALES PARA NH HOTEL GROUP		
Energía verde y eficiencia energética		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 Planet (Introducción y apartados "Plan de eficiencia energética" y "Programa de certificación medioambiental" y "Gestión eficiente y consumo responsable de los recursos")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
<i>GRI 302: Energía</i>		
	302-1 Consumo energético dentro de la organización	NH ROOM4 Planet (Apartado "Gestión eficiente y consumo responsable de los recursos ")
	302-4 Reducción del consumo energético	NH ROOM4 Planet (Apartado "Gestión eficiente y consumo responsable de los recursos")
Gestión responsable del agua		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 Planet (Introducción y apartado "Gestión del agua")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
<i>RI 303: Agua y efluentes</i>		
	303-3: Extracción de agua	NH ROOM4 Planet ("Gestión del agua")
Lucha contra el cambio climático		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	H ROOM4 Planet ("Compromiso en la lucha contra el cambio climático y avance hacia la descarbonización)
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
<i>GRI 305: Emisiones</i>		
GRI 305: Emisiones	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	NH ROOM4 Planet (Apartados "Compromiso en la lucha contra el cambio climático y avance hacia la descarbonización y "Medidas para la mitigación y adaptación)
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	
Servicios sostenibles de hotelería		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 Planet (Apartados "Green Hotel Project", "Satisfacción del cliente con la sostenibilidad", "Gestión eficiente y consumo responsable de los recursos", "El desarrollo de productos más sostenibles" y "Otros proyectos destacados")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
Gestión de residuos y economía circular		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 Planet (Apartados "Gestión de residuos y economía circular" y "Compromiso de reducción de plásticos de un solo uso")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
Desperdicio de alimentos		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 Planet (Apartado "Lucha contra el desperdicio de alimentos")

El consumo de materiales, la contaminación acústica y luminica y la biodiversidad no representan aspectos ambientales para la Compañía.

ANEXO IV: INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE



Informe de verificación independiente

A los accionistas de NH Hotel Group, S.A.:

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO 2020 adjunto (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2020, de NH Hotel Group, S.A. (Sociedad dominante) y sociedades dependientes (en adelante NH Hotel Group) que forma parte del Informe de Gestión Consolidado de NH Hotel Group.

El contenido del EINF incluye información adicional a la requerida por la normativa mercantil vigente en materia de información no financiera que no ha sido objeto de nuestro trabajo de verificación. En este sentido, nuestro trabajo se ha limitado exclusivamente a la verificación de la información identificada en el Anexo II "Tabla de contenidos Ley 11/2018 de información no financiera y diversidad" y en el Anexo III "Índice de contenidos GRI" incluidos en el EINF adjunto.

Responsabilidad de los administradores de la Sociedad dominante

La formulación del EINF incluido en el Informe de Gestión Consolidado de NH Hotel Group, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los administradores de NH Hotel Group, S.A. El EINF se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los *Sustainability Reporting Standards de Global Reporting Initiative* (en adelante estándares GRI) según la opción Esencial, descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en el Anexo II "Tabla de contenidos Ley 11/2018 de información no financiera y diversidad" y en el Anexo III "Índice de contenidos GRI", del citado EINF.

Esta responsabilidad incluye asimismo el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el EINF esté libre de incorrección material, debida a fraude o error.

Los administradores de NH Hotel Group, S.A. son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINF.

Nuestra independencia y control de calidad

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código de Ética para Profesionales de la Contabilidad emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (IESBA, por sus siglas en inglés) que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia y diligencia profesional, confidencialidad y comportamiento profesional.

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NICC 1) y mantiene, en consecuencia, un sistema global de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados relativos al cumplimiento de requerimientos de ética, normas profesionales y disposiciones legales y reglamentarias aplicables.

El equipo de trabajo ha estado formado por profesionales expertos en revisiones de Información no Financiera y, específicamente, en información de desempeño económico, social y medioambiental.

PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L., Torre PwC, Pº de la Castellana 259 B, 28046 Madrid, España
Tel.: +34 915 684 400 / +34 902 021 111, Fax: +34 915 685 400, www.pwc.es

R. M. Madrid, hoja 87.250-1, folio 75, tomo 9.267, libro 8.054, sección 3ª
Inscrita en el R.O.A.C. con el número S0242 - CIF: B-79 031290



Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de verificación independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado. Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 Revisada en vigor, "Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría y de la Revisión de Información Financiera Histórica" (NIEA 3000 Revisada) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre encargos de verificación del Estado de Información No Financiera emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

En un trabajo de seguridad limitada los procedimientos llevados a cabo varían en naturaleza y momento de realización, y tienen una menor extensión, que los realizados en un trabajo de seguridad razonable y, por lo tanto, la seguridad proporcionada es también menor.

Nuestro trabajo ha consistido en la formulación de preguntas a la dirección, así como a las diversas unidades de NH Hotel Group, S.A. que han participado en la elaboración del EINF, en la revisión de los procesos para recopilar y validar la información presentada en el EINF y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de NH Hotel Group, S.A. para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2020 en función del análisis de materialidad realizado por NH Hotel Group y descrito en el apartado NH ROOM 4 SUSTAINABLE BUSINESS "ANÁLISIS DE MATERIALIDAD" del citado EINF, considerando los contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINF del ejercicio 2020.
- Revisión de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación a los aspectos materiales presentados en el EINF del ejercicio 2020.
- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2020 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.
- Obtención de una carta de manifestaciones de los administradores y la dirección de la Sociedad dominante.



Conclusión

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en las evidencias que hemos obtenido no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno que nos haga creer que el EINF del ejercicio 2020 de NH Hotel Group, S.A. y sociedades dependientes correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2020 no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los estándares GRI según la opción Esencial, descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en el Anexo II "Tabla de contenidos Ley 11/2018 de información no financiera y diversidad" y en el Anexo III "Índice de contenidos GRI", del citado EINF.

Uso y distribución

Este informe ha sido preparado en respuesta al requerimiento establecido en la normativa mercantil vigente en España, por lo que podría no ser adecuado para otros propósitos y jurisdicciones.

PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L.

Ramón Abella Rubio

24 de febrero de 2021



nh | HOTEL GROUP PART OF MINOR
HOTELS



Santa Engracia, 120
28003 - Madrid
T: +34 91 451 97 18
nh-hotels.com
nhhotelgroup.com